BRIGADE

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DU SERVICE ALIMENTAIRE AU QUÉBEC

www.brigademag.com | Volume 2 | Numéro 2
7,95 $

NICHOLAS TSOUFLIDIS

CORA TSOUFLIDOU

Poste publications #41440035 • Adresse de retour : Brigade Publications 5675, av. Christophe-Colomb, Montréal, Qc. H2S 2E8

Ni chlorée,
ni ozonisée,
ni rien d'autre-
isée.

pensezpluseau.com

Mario De Petrillo
Président/Éditeur

UNE TOURNÉE DES PLUS ENRICHISSANTES !

Salon Feuille d'érable • Montréal

Toronto

La saison des salons commerciaux de l'industrie de l'hôtellerie et du service alimentaire vient de se terminer. Au cours de ces événements qui m'ont fait parcourir les quatre coins du Québec et les secteurs francophones du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario, j'ai rencontré plusieurs lecteurs de *Brigade* qui m'ont apporté leurs commentaires et appréciations pour ce magazine et avec qui j'ai pu échanger sur divers sujets intéressants de l'industrie. Et surtout, j'ai eu la chance de croiser plusieurs jeunes entrepreneurs, des restaurateurs qui m'ont impressionné par leurs idées et leurs concepts. Je fais référence, entre autres, à **Nicolas Morin**, de la Pourvoirie Cécaurel à Rivière-Rouge, et à **Dominic Guimont**, du restaurant Olive & Papaye, à Trois-Rivières. La relève est bien présente, sinon plus nombreuse encore que par les années passées.

Les jeunes restaurateurs offrent à leur clientèle des concepts innovateurs qui piquent la curiosité des gastronomes et fervents de la bonne cuisine. Des concepts qui prouvent que tout n'a pas été encore inventé au pays de la gastronomie. En les écoutant attentivement, j'ai retrouvé en eux la passion de leur profession. J'ai aussi constaté que leur apprentissage provenait surtout des centres de formation, là où des enseignants chevronnés partagent leur expérience. Je me dois de vous dire que je côtoie beaucoup d'enseignants de différents CFP et n'ai que des félicitations à apporter à ces maîtres qui n'hésitent pas à transmettre leur savoir et leur passion. Mon père m'a toujours dit que la journée où l'élève surpassait son maître, c'était la preuve que ce dernier avait réussi.

Autre constatation : une demande accrue provenant des manufacturiers alimentaires pour présenter leurs nouveaux produits dans la section des nouveautés de *Brigade*. Les salons comme le Sial Montréal, Rest-Hôte et Rendez-Vous HRI démontrent bien l'intérêt de plusieurs manufacturiers alimentaires étrangers pour introduire leurs produits au Canada.

BRIGADE DANS LES AÉROPORTS

Prenez-vous souvent l'avion? Vous pouvez maintenant faire la lecture du magazine *Brigade* dans certains salons Feuille d'érable d'Air Canada. Chaque mois, plus de 125 000 visiteurs et gens d'affaires fréquentent ceux des aéroports de Montréal et de Toronto, là où *Brigade* occupe une place de choix.

NOUVEAUX COLLABORATEURS

Au début de l'année, je vous ai annoncé que l'équipe de *Brigade* s'enrichirait progressivement de nouveaux chroniqueurs. C'est donc avec plaisir que je vous annonce que **Mario Boyer**, du complexe Tops à Laval, se joint à l'équipe de *Brigade* afin de faire profiter nos lecteurs de son expérience de plus de 25 ans dans le domaine des bars et restos-bars. Nous avons également un chroniqueur invité pour ce numéro : **Robert Petrella**, du restaurant La Buona Forchetta, de Montréal.

QUE FEREZ-VOUS CET ÉTÉ?

Dans nos pays nordiques, quand le printemps renaît, tout revit. Le beau temps et la chaleur arrivent et font sortir les hivernois de leurs petits nids d'amour, les poussant à se retrouver entre amis ou en famille sur une terrasse, dans un centre villégiature, sur un terrain de camping, au golf...

Restaurateurs, hôteliers et commerçants de l'industrie touristique, préparez-vous à émerveiller votre clientèle car la saison estivale vient de commencer. Ces gens ne demandent qu'une chose : profiter pleinement de ces chaudes semaines et de ce que vous pouvez leur offrir.

Bonne lecture et bon été à tous!

Sommaire

03 MOT DE L'ÉDITEUR
07 MOT DE LA RÉDACTION
08 HALTE GASTRONOMIQUE *Johanne Aude*
11 VINS ET TENDANCES *Julie Perreault*
12 HOSPITALITÉ HÔTELIÈRE *Silvio Sicoli*
15 FROMAGES *Yannick Achim*
16 REPÈRES *Melissa De Petrillo, Martin Larocque*
18 CUISINE SANTÉ GOURMANDE *Yvon Tremblay*
24 HYGIÈNE ET SALUBRITÉ *Denis Paquin*
28 PLAISIRS SUCRÉS *Roch Desjardins*
30 APPROVISIONNEMENT *Nicole Buchanan*
32 LES SECRETS DU MAÎTRE D'HÔTEL *Jean Jacques Meyer*
34 VOYAGES GASTRONOMIQUES *Sœur Angèle*
42 UNIVERS DE LA GOUVERNANTE *Danièle Matte*
44 RELÈVE ÉTUDIANTE *Mario Gagnon*
46 DE LA FERME À LA TABLE *Bruno Égretaud*
48 GESTION PROFITABLE *Mario Di Criscio*
54 CUISINE SANS FRONTIÈRES *Jean-Louis Thémis*
56 BAR & BOISSONS *Mario Boyer*
59 MOBILIER ET ÉQUIPEMENT *Marc Rompré*
60 CHEF GLOBE-TROTTER *Olivier Delcol*
62 PASSION DESIGN *Francine Alepins*
64 CAVE À VINS *Robert Labelle*
66 HISTORIQUE DE LA GASTRONOMIE *Jacques Gouillard*
67 CALENDRIER *BRIGADE*
69 SUR LES RAYONS
70 ASSOCIATIONS
74 TROUVAILLES
76 ACTUALITÉS *BRIGADE*
82 COORDONNÉES DES ANNONCEURS

20 CORA DÉJEUNERS
36 HUIT JOURS EN ALBERTA
50 DOSSIER : UN GRAND VERT DE GOLF

La photo à été réalisée au **Westmount Square** à Westmount. Merci à M. Lucente et la **Gestion COGIR** pour leur précieuse collaboration.

Président et éditeur MARIO DE PETRILLO
Vice-président CLAUDE DE PETRILLO
Directrice générale STÉPHANIE DE PETRILLO
Rédacteur en chef FRANÇOIS PRATTE
Directeur artistique MARTIN GERVAIS
Photographe GILLES LAUZON
Infographiste MARTIN GERVAIS
Rédacteur-réviseur FRANÇOIS PRATTE

Collaborateurs
YANNICK ACHIM, FRANCINE ALEPINS, JOHANNE AUDE, MARIO BOYER, NICOLE BUCHANAN, OLIVIER DELCOL, MELISSA DE PETRILLO, ROCH DESJARDINS, MARIO DI CRISCIO, BRUNO ÉGRETAUD, MARIO GAGNON, JACQUES GOUILLARD, ROBERT LABELLE, MARTIN LAROCQUE, DANIÈLE MATTE, JEAN JACQUES MEYER, DENIS PAQUIN, JULIE PERREAULT, ROBERT PETRELLA, MARC ROMPRÉ, SŒUR ANGÈLE, SILVIO SICOLI, JEAN-LOUIS THÉMIS, YVON TREMBLAY

Publicité
YVON TREMBLAY, TÉL. : 514 270-3518
ytremblay@brigademag.com
MARC ROMPRÉ, TÉL. : 514 241-1774
mrompre@brigademag.com
MARIA REMIGGI, TÉL. : 514 256-8366
mremiggi@videotron.ca

Distribution
BRIGADE EST DISTRIBUÉ EN 30 000 EXEMPLAIRES AU QUÉBEC ET DANS LE MARCHÉ FRANCOPHONE DU NOUVEAU-BRUNSWICK ET DE L'ONTARIO

Droits et responsabilités
TOUTE TRADUCTION, REPRODUCTION OU ADAPTATION DES TEXTES, ILLUSTRATIONS ET PHOTOS PAR QUELQUE PROCÉDÉ QUE CE SOIT, EN TOUT OU EN PARTIE, EST STRICTEMENT INTERDITE SANS LA PERMISSION ÉCRITE DE L'ÉDITEUR. LES OPINIONS ÉMISES DANS LES ARTICLES PUBLIÉS PAR LE MAGAZINE *BRIGADE* N'ENGAGENT QUE LA RESPONSABILITÉ DE LEURS AUTEURS.

Dépôt légal
ISSN 1718-8350 BRIGADE

Poste publications #41440035

Le magazine *Brigade* est publié par
BRIGADE PUBLICATIONS INC.
5675, AVENUE CHRISTOPHE-COLOMB
MONTRÉAL (QUÉBEC) H2S 2E8

TÉL. : 514 234-2590
info@brigademag.com
www.brigademag.com

DES VOYAGES TOUTE L'ANNÉE

Vous êtes des éléments clés de la plus importante industrie du monde : le tourisme. Une industrie qui fait voyager des personnes et, donc, de l'argent. Dynamique, elle se renouvelle sans cesse, poussée par une compétition internationale. La concurrence n'est plus livrée par l'hôtel ou le restaurant d'en face, mais par les autres pays.

François Pratte
Rédacteur en chef
fpratte@brigademag.com

Chaque fois qu'un touriste s'attable ou passe la nuit dans votre établissement, vous pouvez vous rappeler qu'il a d'abord pris la décision de venir dans notre pays. A-t-il fermé les yeux devant une mappemonde puis déposé son index par hasard sur le Canada ? Probablement pas! Sa destination a été un choix. A-t-il lu un article dans un magazine, sur l'internet, dans un journal ? A-t-il été conseillé par son agent de voyages, un ami ? S'est-il référé à un site tel que *Trip Advisor* ?

Notre chroniqueur **Silvio Sicoli** a déjà fait référence à « l'expérience » que vit le visiteur d'un hôtel. **Sœur Angèle**, lorsqu'elle nous raconte ses voyages à l'étranger, nous rappelle continuellement l'importance d'en apprendre sur la culture et l'histoire du pays visité. Et nous-mêmes, lorsque nous voyageons, ne ramenons-nous pas, dans nos bagages de bons souvenirs, les rencontres qu'on a faites et la gentillesse des employés qui nous ont accueillis dans des hôtels ou des restaurants ?

Lors d'un voyage en Alberta dont je vous parle dans ce numéro, j'ai été épaté, entre autres, par les efforts que cette province fait pour rendre la vie agréable, facile, aux voyageurs de tous les pays du monde. Elle prend cette industrie au sérieux, et elle a raison. Car les retombées sont énormes. De cinq milliards de dollars qu'elle générait en 2004, elle passera à plus de six en 2008, selon le plan du gouvernement albertain. Et d'où viendront une bonne partie de ces milliards ? De l'étranger.

Il n'y a pas que du pétrole en Alberta. Il n'y a pas que les Rocheuses non plus. On y trouve surtout un dynamisme qui constitue un aimant que des concurrents, tel le Québec, doivent prendre au sérieux. Nos propres attraits sont nombreux, uniques, et nous pouvons nous vanter d'avoir une grande part des meilleurs établissements de l'Amérique du Nord (rien de moins). Et puis, ne sommes-nous pas « sympathiques, gentils et accueillants » ? Faisons donc en sorte que les touristes viennent nous visiter et qu'ils répandent la « bonne nouvelle » en revenant à la maison. Et surtout, encourageons les agences touristiques des différents paliers du gouvernement à être « agressives », comme disent les anglophones, en matière de marketing.

Sur ce, je vous souhaite de belles découvertes, cet été. Ici comme ailleurs!

MD Lassonde
À l'état pur.*
OASIS Premium
Le goût authentique du jus fraîchement pressé !

Il y a la fleur de sel de la Camargue,
le poivre de Malabar,
le safran d'Espagne,
le caviar de la mer Caspienne
et le jus Oasis pur à 100%

Pour plus d'information:
1-888-200-7778 - A.Lassonde Inc.

GASTRONOMIE IMPÉRIALE

L'Auberge Bonaparte, une histoire vieille de plus de 100 ans.

Johanne Aude
Chercheuse de trésors

Ce bâtiment de cinq étages a été construit en 1886 par l'architecte **Victor Roy**. Son premier propriétaire, un juge, était l'honorable **Joseph-Amable Berthelot**. Encore aujourd'hui, le frontispice de l'immeuble conserve, buriné dans la pierre, le cachet « Berthelot 1886 ».

M. Louis Ladouceur, ingénieur de profession, en a fait l'acquisition en 1984. Visionnaire, il savait que cette « auberge de charme » serait fréquentée par une clientèle de classe qui lui serait fidèle et, par le fait même, le rendrait célèbre. Tout d'abord, il a fallu restaurer l'ensemble de cet ancien édifice à bureaux selon les normes du Patrimoine, car l'Auberge Bonaparte est classée monument historique, ce qui en fait aujourd'hui un vrai petit bijou.

Comme M. Ladouceur sait s'entourer de gens à qui tout réussit, il est allé chercher M. Michael Banks, copropriétaire de l'hôtel Sans Soucy, et lui a confié la direction du marketing. Ayant beaucoup d'expérience dans ce domaine, M. Banks a su être à la hauteur des attentes.

L'Auberge est reconnue comme l'un des plus beaux fleurons hôteliers du Vieux-Montréal. Classée quatre étoiles, elle comporte trente chambres et une suite qui ont conservé le cachet de l'édifice historique avec ses planchers de bois verni et ses larges fenêtres ouvrantes et ses hauts plafonds. Et la décoration est empreinte du style Louis-Philippe. Vous remarquerez aussi les reproductions de tableaux de **Marc-Aurèle Fortin** qui ornent les murs.

S'ajoute un restaurant gastronomique, **Le Bonaparte**, qui était autrefois une pâtisserie boulangerie. Il comprend trois salles à manger décorées dans la sobriété du style Empire qui a marqué l'époque napoléonienne. Dans la salle L'Impératrice, qui peut accueillir jusqu'à une soixante personnes, vous remarquerez la cheminée, le buffet majestueux et les boiseries d'hôtel particulier français. Dans l'autre salle, La Serre, avec ses cascades de plantes vertes, vingt personnes peuvent converser en toute intimité, ce qui la rend idéale pour célébrer un anniversaire ou un dîner d'affaires. Quant à la salle du centre avec accès aux balcons, sa capacité est d'une vingtaine de places environ. Vous serez sans doute charmés par ses murs de maçonnerie assez particuliers. À vous de choisir le style et le lieu d'intimité qui vous conviennent!

Vous êtes accueillis au Bonaparte en toute simplicité, par des gens tout à fait sympathiques qui veulent vous faire partager leur passion de bien recevoir. Ces professionnels vous livrent un savoir-faire et une expérience qui sont le gage d'un séjour réussi.

M. Gabriel Jean, le directeur maître-d'hôtel, diplômé de l'ITHQ, est une personne très raffinée dont le bagage d'expérience est incroyable. Il a commencé comme étudiant en cuisine chez Ogilvy. Comme il enviait les serveurs, il s'est taillé une place de choix. Ensuite, il a travaillé au bureau du protocole de la Ville de Montréal. Son contrat, d'abord de deux mois, s'est nettement prolongé. Ensuite, il a travaillé au resto-théâtre de Marjolaine Hébert, comme serveur. Puis il a poursuivi sa route dans des établissements tels que Le Canard Huppé, Le Laurie Raphael et L'Épicier. Impressionnant! Au Bonaparte, Gabriel Jean est un atout très précieux.

M. Martin Bédard, le premier maître-d'hôtel, a fait son cours en théâtre, ce qui lui donne comme force première d'étudier les gens. Et comme il le dit si bien, cela lui permet de « s'adapter à chaque table ». Il a acquis son expérience au bistro de Jean Lafytte, à New-York, à L'Orangerie, et même chez La Grenouille. Il a même fait l'ouverture du Alain Ducasse à Los Angeles. Revenu au bercail, il s'est s'occupé du personnel, une tâche dans laquelle il excelle. Étant une personne très matinale, il a monté l'équipe du petit-déjeuner qui est vite devenu un succès.

M. Bobby Marier est arrivé en 1998. C'est le dernier arrivé maître-d'hôtel entré en hôtellerie par hasard, lorsqu'il était aux études, et qui est tombé en amour avec le domaine de l'hôtellerie. Il a commencé dans les restaurants des frères Holder, sur le boulevard Saint-Laurent. Il a très vite appris sur le terrain, et aujourd'hui, je le mets au défi de vous conseiller en vin. Il est extraordinaire. Le Bonaparte possède deux caves à vin qui contiennent entre 8 000 et 10 000 bouteilles. Une première avec vins réguliers et l'autre, « Le cellier de Joséphine », pour les fins connaisseurs. C'est toujours un plaisir, pour Bobby Marier, de communiquer à ses clients son amour et sa passion pour son métier.

Le Chef, **M. Gérard Fort**, est natif de l'Ouest de la France. Il a immigré dès son arrivée au Québec en 1991, dans les cuisines du Bonaparte, comme sous-chef. Il a su se tailler très vite une place au rang de chef exécutif. Il a tout pris en main, aussi bien la création des menus que les achats et les inventaires. Il tenait à ce que tout soit fait maison : les bases, les fonds de sauce… En fait, exactement tout. Il voulait donner comme image au Bonaparte une cuisine familiale française traditionnelle de grande classe. Aujourd'hui encore, il continue d'apporter à ses créations des parfums régionaux tout en gardant sa grande constance. Il a su donner au Bonaparte l'authenticité d'une cuisine française classique haut de gamme, d'où sa réputation aujourd'hui. Ses spécialités, « Le Navarin de homard à la vanille et sa fondue d'épinards », « Les Raviolis de champignons parfumés à la sauge fraîche », « Le Tartare de bœuf du Bonaparte avec pommes Pont-Neuf », « La Tarte à la lime » ou encore ses soufflés, sont à vous couper le souffle. Sans oublier le reste, tout à fait sublime.

Vous retrouverez un menu à la carte, une table d'hôte quatre services, un menu dégustation sept services ou encore, durant l'hiver, un menu théâtre avec petite table d'hôte quatre services avec prix fixe, pour les personnes désireuses de combiner bonne bouffe et théâtre (Le Centaur), situé juste à côté.

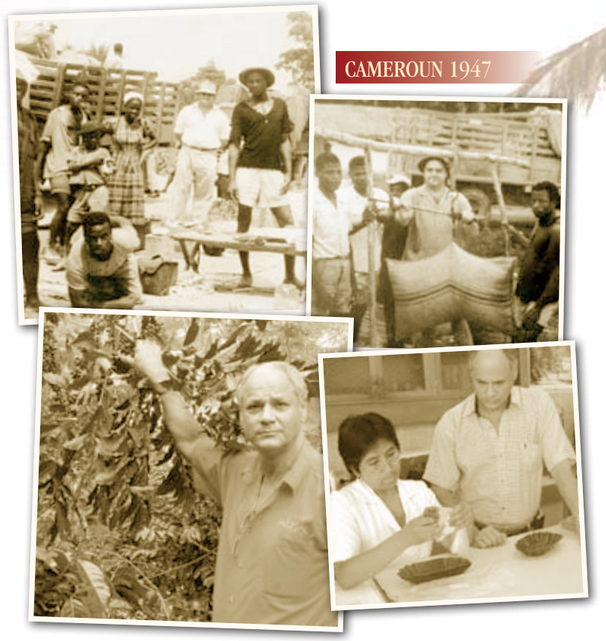
Ce qui différencie le Bonaparte des autres établissements est sans aucun doute la qualité de son personnel, choisi avec soin et la stabilité en tout. Constance et qualité vont de pair.

Lorsque je suis entrée au Bonaparte, j'ai tout de suite senti qu'il y avait une belle âme. L'accueil est convivial, vous vous sentez tout de suite bien entouré et prêt à faire un beau voyage de saveurs. Vous êtes littéralement transporté dans un endroit tout à fait intime et vous devenez le roi ou la reine. Quelles attentions particulières vous avez! On veut que vous reveniez, c'est certain. Des gens formidables vous entourent et vous conseillent sur vos choix. Vous vous sentez à l'aise de prendre le temps de bien savourer chaque minute que vous passez au Bonaparte. Ça en vaut le coup.

Bonaparte Auberge et Restaurant
443, rue Saint-François-Xavier
Montréal QC H2Y 2T1
(514) 844-4368
info@bonaparte.com

UNE PASSION DE FAMILLE

- En 1947, George Agathiadis, M. Agga, s'établit sur les plantations de Sangmelima à 500 km de Douala, la capitale économique du Cameroun, en Afrique de l'Ouest.
- Philippe, son fils aîné, découvre petit à petit les rouages et la rudesse du métier sur les terres volcaniques du Cameroun où il étudie les diverses méthodes de plantation et de récolte.
- Dans la brousse africaine, il met sur pied et fait prospérer plusieurs usines de traitement de café pour le compte de multinationales européennes.
- Spécialiste de la Bourse du Café, il travaille dans plus de 25 pays producteurs de café dont le Brésil, la Colombie, le Kenya, le Pérou, le Rwanda et le Zaïre.
- En 1987, il est nommé arbitre de qualité en café par la Chambre arbitrale des cafés de Paris, titre reconnu mondialement par tous les pays producteurs de café. Ce titre le consacre définitivement comme un connaisseur de premier ordre.
- En 1988, Café AGGA est fondée au Québec.



CAMEROUN 1947

PÉROU 2006

Philippe et Marc Agathiadis

LA PASSION DE LA QUALITÉ

La demande pour les cafés de qualité supérieure ayant explosé au cours des dernières années, café AGGA a installé sa nouvelle unité de torréfaction à Laval.

D'une capacité de 2 200 livres à l'heure, cette nouvelle unité de conception et de fabrication italienne est à la fine pointe de la technologie et est le fruit de plus de 10 ans de recherches spécialisées. Il s'agit d'une première nord-américaine qui permettra la torréfaction optimale des meilleurs grains de cafés ramenés des quatre coins du monde par Marc et Philippe Agathiadis.

CAFÉ AGGA COFFEE La passion du café, depuis 1947.

3003, rue Lucien L'Allier, Laval (Québec) H7P 0A1

Téléphone : 450 687-5552 • Télécopieur : 450 681-5753 • Sans frais : 1 800 667-3427 • www.cafeagga.com

LE MERCURE GRIMPE, LE SOLEIL EST PIMPANT...
QUEL VIN MAINTENANT ?

Les belles journées ensoleillées se multiplient et nos narines se font de plus en plus titiller par le parfum envoûtant des charbons de bois rougeoyants... et des denrées qu'ils cuisent! Les rencontres en plein air, les terrasses, les repas à l'extérieur... c'est bel et bien le signe que l'été arrive enfin! Et question de vin, nos habitudes s'y adapteront, tout naturellement. Mais comment ? Cela peut paraître simpliste, mais en nous laissant guider par nos sens, une bonne partie de la démarche se règlera d'elle-même.

Imaginons que le mercure gravite au-dessus des 20 °C et que le soleil se fait ardent. Une boisson rafraîchissante sera la bienvenue. Le choix de vin se fera selon les mêmes critères : léger, pourvu d'une agréable acidité désaltérante et capable d'épouser les saveurs des menus estivaux. À cet effet, pas étonnant que ce soit aussi la saison des rosés – d'ailleurs, les ventes explosent à cette période de l'année. Si vous exploitez un resto, un bar ou un bistro, c'est l'occasion parfaite de rafraîchir du coup votre carte des vins. Et pourquoi ne pas offrir au client la possibilité de les déguster au verre ? Côté rouge, on optera pour des versions moins tanniques, ou encore pour des appellations qui mettront le fruité en valeur. Au placard les vins puissants et très capiteux que l'on appréciait tant il n'y a pas si longtemps après une activité hivernale!

OUI, MAIS LESQUELS ?

Ces styles de vins se retrouveront au travers une foule d'appellations ou encore de cépages clés qui seront faciles à mémoriser. Pour les blancs, pensez aux cépages riesling, sauvignon blanc ou encore le muscadet. Les appellations *soave*, *entre-deux-mers* ou les *blanquettes de limoux* cette dernière est un vin mousseux plairont tout autant. En rosé, ceux du sud de la France, de la Provence et de l'Espagne sont souvent des valeurs sûres. Ils offrent également, pour la plupart, une structure suffisante pour accompagner les repas de grillade. En rouge, ceux de pinot noir, de gamay ou certains merlots peu boisés seront des choix gagnants, alors que les appellations *valpolicella*, *touraine*, *morgon* ou *mâcon supérieur* en offriront tout autant.

Bonne dégustation!

Julie Perreault
Recherche et développement
Les Connaisseurs **SAQ**

Silvio Sicoli
Vice-président des opérations
et développement des affaires
Groupe hôtelier Tidan

DE GROSSES SOLUTIONS POUR LA BASSE SAISON

Que la vie serait simple et merveilleuse si chaque jour en était un à « haute compression » ! On n'aurait plus qu'à dicter à nos clients le nombre de chambres disponibles ainsi que les tarifs. Mais étant donné que cela ne risque pas d'arriver de sitôt, on n'a pas d'autre choix que de faire ce qu'on fait depuis toujours : planifier en fonction de la basse saison.

En fait, notre industrie est cyclique. Elle l'a toujours été et le sera toujours. La plupart des propriétés, à part quelques rares exceptions, sont sujettes à une haute saison et à une basse saison. Et chaque année, invariablement, nous faisons face au même dilemme : comment vendre autant de chambres que possible sans faire de compromis sur les tarifs ?

Voici quelques trucs qui pourraient vous aider à atteindre vos objectifs :

Tout d'abord, NE PANIQUEZ PAS ! Transmettre votre panique à vos employés ne fait qu'intensifier le problème. Vous ne pouvez pas vous attendre à ce que votre personnel de vente vende si vous lui faites continuellement sentir qu'il est au bord du seuil critique. Alors restez calme, planifiez de manière réfléchie et, plus important encore, mesurez vos résultats. Ainsi, vous vous doterez d'outils plus efficaces afin de prendre des décisions plus éclairées la saison prochaine.

1. Faites l'analyse de votre clientèle, voyez d'où elle vient et comment vous pourriez en attirer encore plus du même secteur. Il y a fort à parier que d'autres hôtels et représentants ont déjà ciblé la même clientèle et qu'ils ont déjà commencé à la solliciter.
2. Soyez près du téléphone et répondez dans les 24 heures. Et assurez-vous toujours qu'en cas d'absence de votre part, quelqu'un d'autre réponde à votre place. La référence d'appel est un élément important en vente. Personne n'aime laisser un message, surtout s'il a besoin d'une réponse immédiate. En fait, il y a de bonnes chances que si vous ne répondez pas, votre client potentiel communiquera avec votre concurrent.
3. Ne réduisez pas vos tarifs. À la place, ajoutez de la valeur à votre produit. Il est prouvé que ça peut prendre des années avant de se remettre d'une baisse de prix. Pire encore, si vous avez l'impression que votre produit vaut moins, vos clients le sentiront aussi.
4. Restez près de vos clients : réduisez le nombre de courriels et utilisez davantage le téléphone et les notes manuscrites. Bref, rien ne vaut la bonne vieille méthode du papier et de l'enveloppe. Rappelez à vos clients qu'une personne en chair et en os est disponible pour répondre à leurs besoins.
5. Organisez des événements spéciaux pour les clients. Il n'y a pas meilleure occasion de construire de bonnes relations d'affaires qu'une soirée mémorable avec des cocktails ou une belle journée sur un terrain de golf.
6. Divisez votre journée en blocs : un bloc pour appeler des clients existants, un autre pour les nouveaux, etc. Si, à la fin de la journée, vous vous rendez compte que vous n'avez pas eu le temps de tout faire, c'est probablement parce que vous vous êtes laissé distraire par trop de choses. Concentrez-vous sur vos appels et assurez-vous qu'ils soient faits.
7. Soyez créatif et personnel. À notre époque des communications de masse, rien ne bat une note manuscrite. Trouvez de meilleures manières de communiquer avec vos clients importants et faites en sorte qu'ils se rappellent qu'ils ne font pas affaire avec une entreprise mais bien avec une personne.
8. Ayez l'air enthousiaste plutôt que désespéré. Les clients ne sont pas stupides. Pendant la basse saison, ils magasinent et passent de vous à vos concurrents afin d'obtenir un meilleur prix. Je ne négocie jamais mes prix plus d'une fois. Le prix ne devrait pas être un facteur décisif. Si un client ressent que vous le voulez désespérément, il prendra votre offre pour ce qu'elle est : un prix désespéré. Ayez confiance en votre produit et ne vous abaissez pas.
9. Si vous optez pour une campagne par courriel, assurez-vous d'avoir quelque chose à dire. Nous recevons tous une quantité démesurée de courriels et la plupart d'entre eux ne sont pas lus. À peine y jetons-nous un coup d'œil avant de les jeter à la corbeille. Bref, avant d'ajouter un courriel à la boîte d'un destinataire, assurez-vous qu'il soit pertinent et qu'il vaille la peine d'être lu.

Au fond, ça revient toujours à ça : augmentez votre part de marché avec des clients existants, réétablissez des relations négligées et… créez de nouvelles relations.

Augmenter vos parts de marché est la seule chose que vous pouvez faire en basse saison. La tarte étant moins généreuse, vous devez prendre une pointe plus grande. Plutôt que de croire que la chance vous tombera du ciel, basez-vous sur du concret : la planification et beaucoup de travail.

Et rappelez-vous : après la basse saison arrive la haute saison.

Aujourd'hui, on a le sens des responsabilités. Si vous servez de l'alcool, vous avez l'obligation de prévenir la consommation abusive pouvant susciter des actes de violence et des accidents de la route. À défaut de quoi, vous et votre établissement pouvez être poursuivis.

Inscrivez-vous au programme de formation **Action Service**. Des sessions publiques auront lieu à Montréal et à Québec, et des sessions privées en entreprise sont offertes sur demande. Rendez-vous sur le site Internet de l'ITHQ au www.ithq.qc.ca ou composez le 1 866 840-2423 pour connaître les dates des prochaines sessions ou pour obtenir des renseignements relatifs au programme Action Service.

Éduc'alcool
La modération a bien meilleur goût.

En collaboration avec *Institut de tourisme et d'hôtellerie* Québec

37 % moins de sodium que notre sauce soja ordinaire

Découvrez les saveurs du monde avec **KIKKOMAN !**

Salade de fruits légère au poulet

Portions :
Pour quatre (4) personnes

Ingrédients :
2 cuillerées à table de sauce soja « moins de sodium » de Kikkoman
1 citron tranché
1 poitrine de poulet (1 lb) sans la peau et désossé, divisée en deux
3 kiwis pelés et coupés en cubes
1 tasse de fraises tranchées
Vinaigrette au citron-menthe*
½ (8 oz) sachet de salade verte mélangée, lavée et essorée

Préparation :
1. Dans un chaudron, porter à ébullition 1 ¼ tasse d'eau, la sauce soja « moins de sodium » et les tranches de citron. Ajouter le poulet. Couvrir et laisser mijoter pendant 15 minutes, ou jusqu'à ce que le poulet ne soit plus rosé à l'intérieur. Tourner une fois.
2. Retirer le poulet avec une écumoire; laisser reposer et mettre au réfrigérateur.
3. Juste avant de servir, couper le poulet en cubes de ½ pouce. Puis mélanger avec les kiwis, les fraises et la vinaigrette citron-menthe de manière à ce que tout soit bien mélangé. Servir sur un lit de salade verte.

***Vinaigrette citron-menthe : Mélanger ensemble ¾ de tasse de yogourt à saveur de citron, 1 cuillerée à table de feuilles de menthe fraîche hachée, 1 cuillerée à table de sauce soja « moins de sodium » de Kikkoman, ½ cuillère à thé de graines de pavot et 1 ½ cuillerée à thé de jus de citron.**

KIKKOMAN
1.800.944.0600

Disponibles dans tous les supermarchés

SAINT-UGUZON*, PROTÉGEZ-NOUS.

Yannick Achim
Fromager marchand
Yannick Fromagerie

AU COMMENCEMENT DES TEMPS...

Au Canada, l'industrie fromagère a un âge respectable. Mais c'est au Québec que celle-ci a vu le jour après que Jacques Cartier eut débarqué les premières vaches françaises en terre de Nouvelle-France.

Ayant, pour tout bagage, rites et coutumes de leur coin de terre d'origine, les premiers colons refont les gestes appris de leurs ancêtres tant pour labourer leur lopin de terre que pour produire leur pitance quotidienne à laquelle appartient la production de beurre et de fromage.

C'est vers 1650, à l'île d'Orléans, qu'apparaît le premier fromage de l'Amérique du Nord alors que les premiers habitants de l'île, outillés de façon rudimentaire, le fabriquent avec le lait cru de leurs vaches, leur permettant de nourrir la famille et de gagner quelques sous en le vendant au marché. Mieux connu aujourd'hui sous le nom de Paillasson, ce fromage traversera les siècles, non sans être menacé de disparaître en 1965 à cause d'un règlement fédéral interdisant l'utilisation du lait cru dans une industrie fromagère frileuse qui en sera à ses débuts.

Les années 1865-1880 verront l'implantation progressive de beurreries et de fromageries. L'industrie fromagère du Québec débutera avec l'apparition des premières fabriques de cheddar dont une grande partie est exportée en Angleterre.

À partir des années 1880-1900, ce sera au tour des congrégations monastiques de produire des fromages selon des méthodes traditionnelles. Parmi ceux-ci, le Oka, un des fromages les plus connus du Québec, produit en 1893 par les moines cisterciens du petit village de même nom. Puis quelques années plus tard, les Bénédictins de Saint-Benoît du Lac et les moniales de Mont-Laurier emboîteront le pas.

C'est également en 1890 que sera fondée la plus vieille fromagerie productrice de cheddar. Encore existante de nos jours, la Fromagerie Perron est le témoin privilégié de l'évolution historique, économique et technique de l'industrie fromagère tant québécoise que canadienne.

DU VOLUME À LA DIVERSITÉ

La production de fromage au Québec fut longtemps une production de volume alors que l'on produisait un fromage de masse à haut rendement et peu coûteux répondant aux goûts des conquérants britanniques, tels le cheddar et la mozzarella.

Retardée par la loi canadienne de 1965 interdisant les fromages de lait cru, et menacée en 1990 d'être une seconde fois décapitée par une deuxième loi, la diversité de la production artisanale québécoise est un phénomène que l'on peut qualifier de récent puisqu'il n'a explosé, tout compte fait, que durant les 20 ou 25 dernières années.

Cette diversification est née de l'engouement des Québécois voyageurs pour une gastronomie plus raffinée et une consommation plus élevée, critères stimulant une nouvelle génération d'artisans fromagers à se lancer dans l'apprentissage des techniques fromagères.

Aujourd'hui, le Québec peut s'enorgueillir d'une production de quelque 300 fromages fins différents, aux noms reflétant la poésie des lieux ou les traditions de leurs coins de pays. Certains seront à l'image de leurs cousins français. D'autres seront porteurs de la typicité du terroir québécois alors qu'ils seront frottés avec de la bière, du vin ou de l'hydromel québécois, ou encore fumés au bois d'érable.

ILS SONT PARTOUT.....

Du super marché à la fromagerie fine, les fromages fins se retrouvent sur tous les comptoirs réfrigérés :

Le supermarché offrira un étalage manquant parfois de variétés et se contentera des cheddars jeunes ou vieux, des goudas et des camemberts ou bries industriels.

L'épicerie fine, voulant développer un sentiment d'appartenance et malgré les conditions de conservation parfois hasardeuses, proposera à sa clientèle des fromages de la région.

Au marché public, dont le cadre champêtre fait de plus en plus d'adeptes, il n'est pas rare de trouver un étalage de fromages ou une boutique faisant la promotion et la vente des fromages québécois.

Chez le producteur même ou dans son patelin qui, parfois, nous offre la chance de trouver un autre de ses produits dont la diffusion est strictement locale.

Et enfin à la fromagerie, commerce spécialisé, comme son titre le décline, dans la vente des fromages fins et dont le personnel professionnel use de ses connaissances en la matière auprès de la clientèle.

L'industrie du fromage fin au Québec en est donc à ses débuts, mais que de chemins parcourus et que de réalisations remarquables en si peu de temps !

*Saint-Uguzon : Patron des fromagers. Berger en Lombardie, il distribuait fromages et moutons aux pauvres. Son maître, mécontent, le tua. Il est le martyr de Val Cavargna (Italie). Fêté le 12 juillet.

Me Martin Larocque, avocat
martinlarocque@bellnet.ca
Me Melissa De Petrillo, avocate
melissadepetrillo@bellnet.ca

QUAND L'INSOLVABILITÉ VOUS GUETTE !

Que vous soyez une personne physique, une entreprise ou une personne morale (compagnie, société), les aléas de la vie font en sorte que vous n'êtes pas à l'abri de vous retrouver, un jour, dans une situation d'insolvabilité. L'accès de plus en plus facile aux mécanismes de crédit, l'omniprésence de la publicité qui pousse toujours davantage vers la surconsommation, une perte d'emploi, la perte de contrats ou de clients majeurs, la concurrence, un bouleversement inattendu du noyau familial (divorce, séparation etc..), ne sont que quelques exemples qui sont fréquemment à l'origine de problèmes financiers. Vous n'arrivez plus à générer suffisamment de revenus pour couvrir vos dépenses, la valeur de vos biens (actifs) est inférieure au montant de vos dettes (passif) ? Vous devez réagir.

QU'EST-CE QU'UNE PERSONNE INSOLVABLE ?

Une personne au sens de la Loi peut être une personne physique ou une personne morale (une compagnie, société) :

> qui, pour une raison ou une autre, est incapable de faire honneur à ses obligations au fur et à mesure de leurs échéances (c'est à dire, qui est objectivement incapable d'effectuer ses différents paiements) ;
> qui a cessé de faire honneur à ses obligations courantes dans le cours ordinaire des affaires au fur et à mesure des échéances (c'est à dire, qui a cessé de faire les différents paiements qu'elle faisait normalement) ;
> dont la totalité des biens n'est pas suffisante pour permettre l'acquittement de toutes les obligations échues ou à échoir (c'est à dire, pas assez de biens pour payer toutes les dettes).

LES ALTERNATIVES « DOUCES » !

L'ARRANGEMENT AVEC LES CRÉANCIERS

Contactez vos créanciers, expliquez-leur les raisons qui justifient que vous ne pouvez faire vos paiements habituels et suggérez-leur un arrangement qui pourrait leur convenir ainsi qu'à vous-même. La majorité des créanciers comprendront et apprécieront l'exercice d'humilité que vous posez et seront disposés à coopérer pour vous aider.

PRÊT DE CONSOLIDATION

La consolidation est une autre alternative « douce » qui permet de solutionner les effets d'une situation financière plus difficile. Cette option consiste à regrouper plusieurs dettes qui seront payées dans le cadre d'un seul et unique prêt souscrit auprès d'une institution financière ou d'un prêteur. L'avantage de cette option réside dans le fait que le prêteur assumera le paiement immédiat de toutes vos dettes à même le prêt qui vous est consenti. De plus, le versement que vous aurez à effectuer pour rembourser votre prêt sera d'un montant bien moindre que les versements mensuels que vous avez l'habitude d'effectuer pour régler l'ensemble de vos dettes. La différence ainsi économisée vous permettra de disposer de plus de liquidités et de retrouver un meilleur équilibre budgétaire.

L'ALTERNATIVE « MODÉRÉE » !

DÉPÔT VOLONTAIRE

Le dépôt volontaire est une disposition légale qui permet à une personne physique en proie à des difficultés financières de pouvoir effectuer une remise mensuelle calculée selon les revenus dont elle dispose et selon le nombre de personnes à charge. Le versement est effectué au Tribunal auprès du greffe civil de la Cour du Québec, lequel s'occupe par la suite d'en faire la distribution aux créanciers. L'avantage de cette option réside dans le fait que vous êtes à l'abri d'une saisie de salaire ou d'une saisie de vos biens meubles, et ce, tant et aussi longtemps que les remises mensuelles sont effectuées.

LES ALTERNATIVES « RIGOUREUSES» !

PROPOSITION DE CONSOMMATEUR

La proposition de consommateur, est une disposition de la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* (LFI) qui permet au consommateur de présenter à ses créanciers une proposition par laquelle il s'engage au règlement d'une partie de ses dettes (habituellement entre 40 % et 60 %), et ce, dans un délai précis qui ne peut excéder cinq (5) ans. Il faut toutefois noter que la totalité des dettes ne doit pas excéder 75 000,00 $ et que l'hypothèque résidentielle est exclue de cette somme. La mise en place d'une telle option doit se faire par l'entremise d'un syndic ou d'un administrateur de faillite. Il est important de noter cependant que pour être jugée acceptable, la proposition doit représenter pour vos créanciers un avantage beaucoup plus appréciable qu'une faillite. L'un des avantages de cette option réside dans le fait que si la proposition n'est pas acceptée par les créanciers, le débiteur n'est pas automatiquement en faillite.

PROPOSITION CONCORDATAIRE

La proposition concordataire diffère de la précédente en ce qu'il n'y a pas de restriction sur le montant de la dette dont le paiement partiel (habituellement de l'ordre de 20 % à 30 %) est proposé. En revanche, il est important de noter qu'en cas de refus de la proposition par les créanciers, la personne est alors automatiquement mise en faillite à la date du refus de la proposition.
À quel type de personne les propositions peuvent-elles convenir?
À une personne :

> qui a des actifs libres dont elle ne veut se départir (ex. : un immeuble, un REER, etc.), ou
> qui ne peut faire faillite parce que le statut de « failli non libéré » l'empêcherait de conserver ou d'obtenir un emploi (ex. agent d'assurance, d'immeubles, avocat), ou
> qui ne veut pas faire faillite parce qu'elle n'accepte pas de faire perdre une somme importante à ses créanciers, et qui a des revenus suffisants pour faire un paiement raisonnable pendant une période donnée, ou
> qui peut obtenir d'un tiers une somme raisonnable qui pourrait servir d'offre de paiement final, ou
> qui prévoit toucher des sommes importantes, en plus de ses revenus habituels, et ce, dans un délai raisonnable, ou
> qui croit être en mesure de réorganiser son entreprise de façon à pouvoir la remettre à flot et continuer ainsi à faire affaires.

L'ALTERNATIVE « EXTRÊME »

LA FAILLITE

La faillite implique une cession de tous les biens que possède une personne (physique ou morale), lesquels, une fois sous la saisie du syndic, seront vendus pour permettre le remboursement des dettes dues aux créanciers. Le critère de base permettant l'accès à la faillite est de disposer d'un minimum de 1000 $ de dettes. La durée d'une faillite est de neuf (9) mois à l'issu de laquelle le failli pourra être libéré dans la mesure où il aura exécuté l'ensemble de ses obligations.

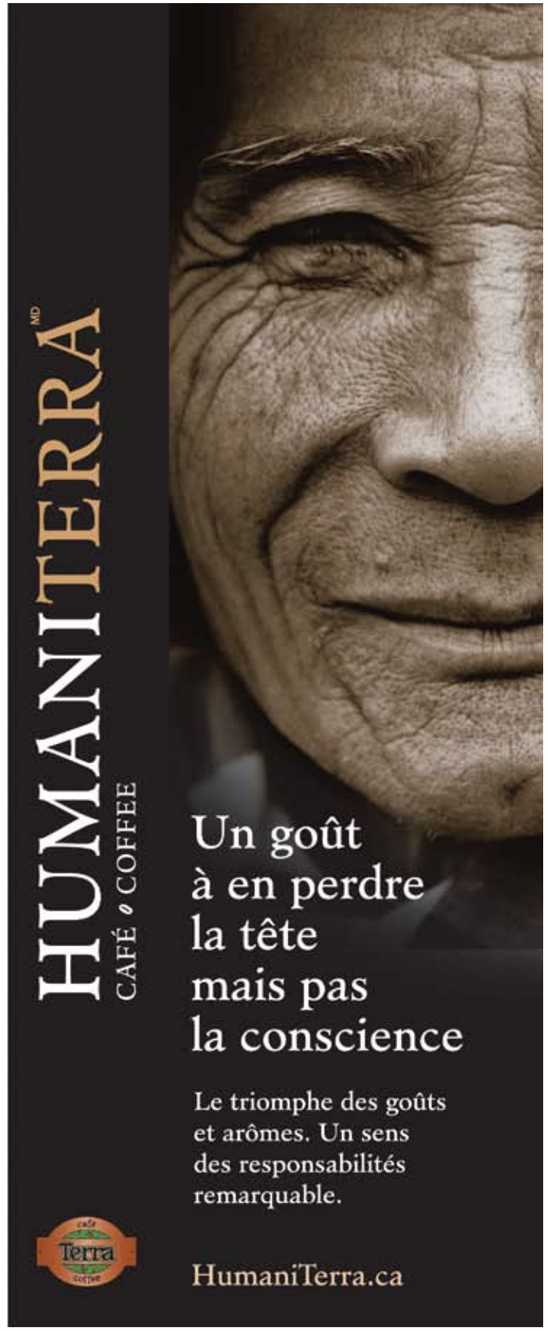
LES DETTES NON LIBÉRABLES

Comme pour une faillite, l'article 178 L.F.I. prévoit que certaines dettes ne peuvent être effacées. Les voici :

> les amendes ;
> les peines de nature pénale imposées par un tribunal ;
> les dettes de nature alimentaire ;
> les pensions alimentaires ;
> les dettes obtenues par des fraudes ou de fausses déclarations ;
> les dettes provenant de poursuites ou de condamnations pour voies de fait ;
> les intérêts sur les dettes précédemment énumérées.

CONCLUSIONS

Les descriptions et alternatives suggérées dans le présent article ne constituent, vous l'aurez compris, qu'une information très sommaire des modalités et des particularités propres à chacune de ces options en matière d'insolvabilité. La situation financière propre à chaque personne doit être analysée, et les conséquences des choix possibles doivent être minutieusement envisagées compte tenu de l'impact qu'aura ce choix sur le dossier de crédit de la personne insolvable et des conséquences juridiques pouvant découler du choix qui sera fait. Au surplus, les altnatives ne sont pas nécessairement applicable aux personnes physiques et morales en même tmeps. La personne insolvable ou en voie de le devenir aura donc avantage, et ce, avant que sa situation ne devienne trop critique, à consulter rapidement un professionnel tel qu'un syndic, un comptable ou un avocat qui saura la guider et la conseiller adéquatement.
Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter.



OÙ S'EN VA LE SUSHI ?

Yvon Tremblay
Chef exécutif
Auteur et consultant international

Eh bien oui ! Sushi par ici, sushi par là, sushi royal, sushi authentique, sushi thaïlandais, sushi vietnamien, sushi italien, sushi yo, sushi ying, sushi yang…

Le sushi a tellement influencé la cuisine internationale que la plupart des chefs cuisiniers s'en servent comme présentation dans leurs assiettes. Je pense ici à la cuisine fusion, à la cuisine évolutive…
Un soir, je décide d'aller souper avec mon amie dans un restaurant qui s'annonce ainsi : « Fine cuisine authentique japonaise ». On nous conduit à une table, et le décor, les costumes et le sushi bar, tout, en fait, est là pour émerveiller la clientèle présente, si ravie d'avoir la chance de manger des sushis.
Et chacun se fait servir un plateau de sushi combo.
Je résume : sur le coin de mon plateau, j'y place tous les morceaux et restants des nervures non mastiquable du poisson mal coupé et du riz dur mal préparé. Je demande à la serveuse : « Y a-t-il un Japonais ici pour que je puisse lui parler ? » Elle me répond « non » et se montre très offusquée, comme s'il s'agissait d'une insulte. Elle ajoute que les clients lui disent que son restaurant sert les meilleurs sushis en ville !

JE PAIE LA FACTURE ET NOUS SORTONS.

Saviez-vous qu'à l'origine, le futur maître sushi se doit de suivre la formation de cuisinier à l'école hôtelière du Japon et que ce n'est qu'après avoir appris tout le fonctionnement des disciplines de la cuisine qu'il pourra se diriger vers la formation appropriée pour devenir maître sushi ? On prétend que cette formation s'étend sur une période de cinq à dix ans.
Je prends un rendez-vous pour aller visiter mon ami, le maître sushi **Tobi**, propriétaire du traiteur Sushi volant, sur la rue Rachel, à Montréal, depuis onze ans. J'ai envie de lui parler. Il est triste. Je lui demande pourquoi. Il me répond que les jeunes viennent ici pour acheter des sushis et lui demandent : « C'est quoi ça ? Ce n'est pas des sushis, ça ! » Et ils en repartent déçus.
Tobi me dit : « Ces jeunes sont tellement habitués de manger les sushis du *fast food*, avec sauce piquante, mayonnaise, etc. qu'ils ne savent pas reconnaitre la vraie cuisine japonaise. » C'est alors qu'il me dit qu'il a de la misère à survivre avec son entreprise à cause de la compétition que lui livrent des *fast food sushis*.
Je prends rendez-vous au restaurant Mikado. Le maître sushi **Mikio** me dit la même chose. Je prends rendez-vous au restaurant JunI et le maître sushi **Junichi** me dit la même chose…
Le vrai sushi japonais doit être préparé dans des conditions extrêmement importantes, pour que le consommateur ne soit pas empoisonné ou gravement malade. Le poisson cru peut contenir un nombre impressionnant de bactéries qui peuvent conduire à la diarrhée, aux crampes intestinales, aux vomissements, aux maux de tête ou à des sueurs froides. Et les malaises peuvent se faire sentir dans les deux premières minutes, jusqu'à deux heures après avoir mangé les poissons contaminés. Le poisson cru peut contenir des virus, des parasites ainsi que le riz sushi. Il faut donc bien choisir son restaurant.
Après sa scolarité, l'élève en formation, l'aspirant maître sushi, ira apprendre sur le terrain, dans un restaurant où le maître sushi lui apprendra les règles de l'art du sushi. À cette étape du stage, l'élève se fera appeler le *sushi man*. Et après plusieurs années de stage pratique, il deviendra maître sushi.
Maintenant, on voit des *sushi man* former des *sushi girl* et des *sushi boy*, et ces même *sushi girl* et *sushi boy* forment les nouvelles *sushi girl* et les nouveaux *sushi boy*, et ainsi de suite… Pouvez-vous imaginer le danger?
Alors qu'on voit se développer la cuisine ethnique partout dans le monde, la qualité servie par de nombreux restaurants dits « japonais » ne reflète pas toujours l'authentique gastronomie japonaise.
Si vous allez manger dans un restaurant japonais, assurez-vous qu'il y ait au moins un maître sushi de formation japonaise.
Bon appétit!

www.sushi-volant.com
www.mikadomontreal.com
www.juni.ca

CACAO BARRY Since 1842

MADIROFOLO

Cuisiniers sans frontières

Thémis, chef de l'année !

Enseignant la cuisine à l'ITHQ depuis 1994, Jean-Louis Thémis est très apprécié de ses élèves. Véritable force de la nature, il a toujours mené plusieurs projets de front.

C'est en 2003 que Thémis a mis sur pied le projet *Cuisiniers sans frontières* (CSF) dont la mission est de promouvoir la dignité des individus des populations les plus démunies des pays en émergence. Cette équipe a mis sur pied une formation en cuisine adaptée à cette clientèle.

De plus, Jean-Louis Thémis a créé un partenariat avec CSF et les chocolats Madirofolo, une plantation malgache, dans le but d'aider la population de son pays natal.

IMPLICATION
de Cacao Barry

Cacao Barry est fier de participer à cette œuvre caritative en remettant à CSF 1 $ pour chaque kilo de chocolat Madirofolo vendu.

MADIROFOLO

Ce chocolat de couverture noir à 62 % de cacao possède un goût poivré, robuste, aux notes fruitées et légèrement acidulées. Ses arômes remarquables et persistants permettent d'apprécier toute sa délicatesse et son originalité.

Pour plus d'information, visitez www.callebaut.com
2950, rue Nelson, Saint-Hyacinthe (Québec) Canada J2S 1Y7 Tél.: 450 774-9131 Téléc.: 450 774-8335

CORA DÉJEUNERS

NICHOLAS TSOUFLIDIS PORTE LE FLAMBEAU

Texte et entrevue :
François Pratte
Photos :
Gilles Lauzon

« J'ai toujours dit que celui qui me succéderait, ce serait celui qui aurait passé le plus d'heures chez Cora : Nicholas, le benjamin de la famille. Son frère et sa sœur ont appuyé ma décision sans réserve. »
– Cora Tsouflidou

Nicholas a grandi à Montréal. Il s'appelle Tsouflidis, comme son père. D'où vient le nom « Tousflidou », alors ? Traditionnellement, dans certaines parties de la Grèce, l'épouse prend le nom de famille de son mari, mais en remplaçant les deux dernières lettres par « ou ». C'est pour ça que Cora Mussely, gaspésienne, a adopté le nom « Tsouflidou » plutôt que « Tsouflidis » lorsqu'elle a marié le père de Nicholas, en 1967. Pour la petite histoire, ils ont divorcé après douze ans de mariage, alors que Nicholas n'avait que six ans. Et son père est retourné vivre en Grèce, où il a refait sa vie.

Au moment de l'ouverture de son premier restaurant, en 1987, Cora pouvait compter sur sa fille, Gesthimani, et son petit dernier, Nicholas. Le premier de ses fils, toutefois, Theo, était déjà un peu ailleurs. Il avait dix-neuf ans et d'autres ambitions, notamment en marketing, même si, comme son père et le reste de la famille, il avait déjà travaillé dans la restauration, notamment comme *busboy* et serveur. Aujourd'hui, le frère aîné de Nicholas vit en Grèce. La sœur de Nicholas a travaillé pour Cora pendant les dix premières années de l'entreprise. Puis elle s'est mariée, a eu des enfants. Aujourd'hui, elle n'est plus active dans l'entreprise Cora, même si elle est actionnaire. Elle fabrique des bijoux de pierres semi-précieuses et tient une boutique à Sainte-Thérèse.

Nicholas a grandi chez Cora. Littéralement. De ses premières années d'école jusqu'à la fin de son adolescence, Cora Déjeuners a été au centre de sa vie, de celle de sa mère, de sa sœur. Il mettait la main à la pâte, comme les deux autres. Et il a appris.

Mais un ado a le droit de se dégourdir les jambes : Nicholas était aussi un fanatique de la planche à neige. À l'âge de dix-neuf ou vingt ans, il a ressenti le besoin de faire une pause. Ainsi, il est parti vers l'Ouest canadien pendant trois mois, à Whistler. C'était en hiver. Il ne se sentait pas coupable de quitter sa famille pour quelque temps : Cora avait déjà quelques employés, et sa sœur était toujours présente à Montréal pour donner un coup de main à sa mère. Cette évasion lui a fait le plus grand bien et lui a permis de voir sa vie sous un nouveau jour : « J'étais sous-chef de fin de semaine dans un petit hôtel. Bien payé à l'époque, beaucoup mieux qu'à Montréal. Whistler, c'était *la* place pour les amateurs de *snowboard*, le paradis! »

Mais ne quitte pas Cora qui veut : à un moment donné, Nicholas a ressenti le besoin de revenir chez lui, dans sa famille, dans l'entreprise. Son milieu et ses amis lui manquaient. Et surtout, il avait maintenant la tête pleine d'idées!

Comme il dit, l'expérience a été courte mais bénéfique : « J'en avais besoin. J'ai traversé le Canada avec une petite van que j'avais achetée puis remontée, avec 1500 piastres dans les poches. Là-bas, je suis resté dans ma van pendant deux semaines, jusqu'à ce que je me trouve un emploi. Mais c'était *borderline* : si je ne me trouvais pas une job là-bas, je devais revenir à Montréal parce que je n'avais plus beaucoup d'argent sur moi! »

Ce voyage à Whistler semble avoir été un tournant dans la vie de Nicholas. Il se remémore les premières semaines de son voyage et le peu d'argent qu'il avait sur lui, et se rappelle la passion qui l'animait : « Quand on est passionné d'un sport et qu'on est dans *la* place pour pratiquer ce sport-là, on mange des sandwichs aux tomates, on s'en fout! » Aujourd'hui, il a les moyens de voyager comme il veut, d'aller dans les centres de ski du monde entier s'il le désire, mais… il n'a plus beaucoup de temps : « J'ai vieilli, je fais moins de *snowboard* qu'avant. Et comme je me suis fait mal d'aplomb, dans le passé, j'ai un peu plus peur qu'avant. Il n'est plus question de sauter quinze pieds dans les airs comme à vingt ans! J'ai failli me casser le coccyx, à vingt-quatre ans. J'ai eu un bleu de la grosseur d'un *freesbee* pendant deux mois. Ça m'a fait réfléchir. J'aurais pu être paralysé. Faire le fou, c'est bien l'fun, mais j'ai revu mes priorités, après mon accident. »

Cora, c'est sa vie. S'il est vrai que les premières années étaient difficiles, épuisantes, il ne ressent plus le besoin, comme au début, de prendre des vacances pour cause de fatigue. En fait, son bonheur, il le trouve chez Cora. Que dire de plus ?

Lorsque l'entreprise Cora est devenue un franchiseur, ça n'a pas été facile. Nicholas et sa sœur devaient toujours quitter pendant deux ou trois semaines pour ouvrir un nouveau restaurant, et il y en avait un peu partout, au Québec. On peut imaginer la route qu'ils devaient parcourir, les chambres d'hôtel, l'organisation… Une année, Nicholas se rappelle avoir ouvert quatorze franchises. Comme il dit : « Quatorze fois trois semaines,

ça ne laisse plus beaucoup de temps pour le reste dans une année! »

Après cette année-là, sa sœur a senti qu'elle devait tranquillement prendre ses distances. Quant à Nicholas, il s'est dit que pour pouvoir continuer comme ça, Cora devait engager d'autres personnes. Nicholas avoue qu'il était aussi épuisé que sa sœur et que ça lui est passé par la tête, à lui aussi, de mettre un frein à tout ça : « Je me rappelle de périodes de six mois sans aucun jour de congé. Ça devenait très difficile. Mais bon. On n'avait pas le choix! Il fallait le faire et on l'a fait. Cora ne serait pas Cora, aujourd'hui, si on n'avait pas travaillé aussi fort, au début. »

Nicholas a continué à faire des ouvertures de franchises, mais l'entreprise s'est structurée et lui-même a occupé différents postes. De chef d'équipe d'ouverture, il est devenu conseiller aux opérations, directeur des opérations, vice-président puis, enfin, président de l'entreprise. C'est en septembre dernier que sa mère lui a cédé sa place.

Au cours des années, Nicholas a découvert que créer des systèmes était devenu son dada dans l'entreprise. Sa sœur a écrit le premier manuel d'exploitation de Cora Déjeuners. Parallèlement, il a produit les premiers manuels de recettes pour le comptoir à fruits. Il a créé des formules, des systèmes de suivi… C'est un homme créatif, visiblement passionné par son travail : « Il y a quatre ans, dans mes temps libres, le soir, j'ai commencé à créer des vidéos pour montrer comment préparer les différentes recettes qui sont présentées au menu de Cora. En le faisant, j'ai appris à filmer, à faire du montage vidéo à l'ordinateur, avec un logiciel. Et je les ai sous-titrés, en anglais et en français. J'ai fait ça pendant un an et demi, de cinq heures l'après-midi à deux heures du matin! Ce qui m'a encouragé à continuer, c'est la réaction des gens dans la salle lorsque j'ai montré mes premières vidéos pendant un congrès. Ils en voulaient plus! »

Par la suite, il a décidé de le faire de manière très professionnelle. L'entreprise a acheté des serveurs, engagé des gens. Tout est fait à l'interne : « Suzan Doumarapis, une femme extraordinaire, a pris ça en main et s'est chargée du système d'exploitation, garant de toutes les formules, les manuels. Après avoir touché à tout ce qui se passe derrière, de la mise en place à la préparation des plats, Suzan s'attaque à la production de vidéos sonores orientés vers l'aspect service : les points de contact avec les clients. »

Suzan est l'une des membres de l'équipe du siège social de Cora Déjeuners. Elle fait partie de l'équipe du tonnerre dirigée par Nicholas Tsouflidis : « Ce sont des gens de confiance, qui ont à cœur la bannière. Beaucoup de nos employés sont avec nous depuis la première heure ou depuis plus de dix ans. Nous avons des employés du bureau qui sont devenus des franchisés. Des franchisés qui sont devenus des employés du bureau. Nous avons même des employés du bureau qui sont devenus des franchisés, puis qui ont vendu leur franchise pour revenir au bureau! »

Toute cette synergie a contribué à faire de Cora ce qu'elle est aujourd'hui : un franchiseur modèle. Et tous tiennent à ce que les choses soient bien faites. Cette exigence exemplaire est à l'image de Cora Tsouflidou, selon Nicholas : « L'une des grandes qualités de ma mère, qui est parfois un irritant pour moi, c'est qu'elle requestionne continuellement nos façons de faire : Est-ce qu'on le fait vraiment de la bonne façon ? Comment fonctionnent les autres ? À quelle fréquence visitent-ils leurs franchisés ? Est-ce que nos ententes avec les franchisés sont parfaites ? »

De son côté, Nicholas déclare que dans le doute, plutôt que de s'abstenir, il vaut mieux prendre une décision : « Parce que prendre une décision, même si elle n'est pas la meilleure, c'est mieux que de ne pas prendre de décision du tout. Au moins, on choisit une direction et on la prend. Si on commet une erreur, on peut toujours corriger le tir. Mais quand on est encore à se poser la question, il y a un espace vide. *L'analyse paralyse.* Si on reste pris dans l'analyse et qu'on ne prend aucune décision, on finit par être paralysé!

OUVRIR UNE FRANCHISE CORA

Chez Cora, un mot d'ordre a été donné : le meilleur pour les franchisés. Une formule implacable, selon le nouveau président : « Si on donne le meilleur aux franchisés, ils donneront eux-mêmes le meilleur aux clients. »

Les relations sont effectivement étroites avec les franchisés : « Aux trois mois, nous avons des rencontres sectorielles, par région : la Rive-nord, la Rive-sud, les Maritimes, Toronto, Ottawa. On a aussi un congrès annuel. Les conseillers aux opérations ont un maximum de douze restaurants, ce qui est moins élevé que la moyenne dans l'industrie. »

Qui peut ouvrir une franchise ? Certains croient qu'il suffit d'acheter la franchise et de placer un bon gérant pour que ça marche, mais la réalité est différente. Démarrer un restaurant exige toujours beaucoup de travail et une grande présence de la part du propriétaire. Nicholas Tsouflidis n'accorde pas une franchise à n'importe qui. En fait, environ une demande sur vingt est acceptée.

Chaque franchisé reçoit une formation d'une durée de sept semaines qui lui permet de goûter vraiment à la réalité. Mais lorsque le jour « J » arrive, ce fameux jour de l'ouverture, c'est à ce moment-là que le franchisé passe la véritable épreuve : « J'ai connu des franchisés qui avaient l'expérience sur le terrain comme employés, nous dit Nicholas, mais quand les payables et le recevables arrivent, ils voient le restaurant autrement. Chaque détail d'un restaurant est facile à saisir et à contrôler. Mais, le hic, c'est qu'il y en a mille en même temps! »

Un chef d'entreprise de services habitué à composer avec des employés dans un bureau risque de trouver la gestion d'un restaurant plus difficile. Nicholas raconte l'expérience analogue d'un franchisé : « C'était un professionnel. Quand il demandait quelque chose à un employé, un autre professionnel, dans son bureau, il le demandait une seule fois. Mais quand il s'est retrouvé dans son restaurant avec des ados, des jeunes qui ne sont là que parce qu'ils ont besoin de travailler et qui n'ont pas nécessairement fait beaucoup d'études, c'est une autre histoire. Parfois, ils n'arrivent pas à l'heure ou oublient de se présenter. Ou encore, ils n'ont pas la bonne tenue. Au bout de deux ans, il a vendu sa franchise. Il s'est rendu compte qu'il n'était pas fait pour ça. »

Tous les candidats doivent passer des tests psychométriques. Et on les passe en entrevue, comme on le ferait avec une personne candidate pour un emploi : « Certains arrivent avec toutes sortes d'idées et de l'argent plein les poches. Ils s'attendent à être servis par nous, exactement comme un client s'attend à être servi dans un restaurant. Mais ça ne marche pas comme ça. Ils tiennent pour acquis qu'ils seront acceptés! Ils se rendent assez vite compte, toutefois, que l'argent seul ne suffit pas. Nous, nous devons savoir qui ouvre un Cora. Quelle expérience il a de la vie, de la restauration. »

LE POINT DE VUE DE CORA TSOUFLIDOU

Nous avons demandé à Cora de nous parler de la nomination de son fils à la présidence. Sa réponse était bien celle d'une mère, beaucoup plus que celle d'une associée : « Le titre de président que porte Nicholas signifie que lorsqu'une décision finale doit être prise pour l'entreprise, elle lui appartient. Il a le dernier mot. Au tout début, c'est mon cœur de mère qui a pris la décision. J'adore mes enfants, j'aime beaucoup Nicholas. Je me disais que rendu à 33, 34 ou 35 ans, ce n'était pas correct que cet enfant-là doive attendre encore le veto présidentiel de sa maman. De plus, j'ai toujours eu une confiance extraordinaire en Nicholas, il a toujours été de très bon conseil pour l'entreprise. Mais j'avais mon petit égo! Et puis… j'adore ma job. *I don't want to lose it!* Mais mon cœur de mère m'a dit : « Sacrifie ta job pour que ton enfant puisse avoir le privilège de s'épanouir. »

Elle a ajouté : « Lorsque j'ai passé le flambeau à Nicholas, il m'a dit : " Merci beaucoup pour ta confiance, maman. Mais j'ai des nouvelles pour toi : je ne veux pas que tu t'en ailles, tu es mon conseiller particulier. " Et il a aussi dit : " Tu es mon meilleur outil, pourquoi est-ce que je t'enverrais à la maison ? " Bref, il avait l'intention de m'utiliser. Ce n'était plus le fils qui me parlait, mais le nouveau président de la compagnie. J'ai trouvé ça super. »

Cora Déjeuners appartient à la famille : les actionnaires sont les trois enfants de Cora Tsouflidou et elle-même. Il n'y a aucun autre actionnaire. Et le nouveau grand patron, si nous avons bien compris, veille au grain.

QUELQUES CHIFFRES

- > environ 60 employés au siège social, sans compter la douzaine d'employés dans l'entrepôt;
- > entre 150 et 175 employés dans les quatre restaurants qui appartiennent au franchiseur;
- > environ 3000 employés dans le réseau Cora, en mai 2008;
- > ouverture d'une centième franchise prévue en juin 2008;
- > autour de 110 franchises à la fin de l'année 2008.

LA FONDATION CORA

Créée au début de 1998, la Fondation Cora a pour mission de venir en aide aux jeunes enfants, en collaboration avec des organismes à but non lucratif accrédités visant à améliorer la qualité de vie des enfants canadiens. Ils sont au cœur des préoccupations de Cora Tsouflidou et l'objectif de sa fondation est d'en aider le plus grand nombre possible. Dans le passé, la Fondation a soutenu des organismes québécois tels que la **Fondation Charles Bruneau** et l'**Hôpital pour enfants de Montréal**.

La Fondation est financée directement par les profits générés par la vente de l'autobiographie de sa fondatrice et présidente, Cora Tsouflidou, *Déjeuner avec Cora* (éditions Libre Expression), de même que par les fonds recueillis dans le cadre de ses conférences. Elle organise aussi des collectes de fonds avec les quelque 90 franchisés Cora à travers le Canada, collectes auxquelles sont aussi conviés ses partenaires. Jusqu'à présent, dix tournois de golf ont déjà eu lieu et permis d'amasser plusieurs milliers de dollars. En juin dernier, la Fondation a décidé de se tourner vers une autre activité que le golf pour rejoindre d'avantages de participants. Au moment de mettre sous presse, le comité organisateur préparait sa prochaine activité qui s'annonçait spectaculaire.

ET ALORS, LA SALUBRITÉ DU MILIEU?...

Denis Paquin
Chef enseignant
École hôtelière Calixa-Lavallée

Toujours en suivant notre règle des « M », présentée dès notre seconde chronique? Après nous être entretenus du lavage des mains, du nettoyage et de l'assainissement du matériel, de la matière première et des températures à respecter, nous en arrivons maintenant à l'examen du milieu de travail. C'est ici un autre élément d'importance car, en fait, pour qui parle d'hygiène et de salubrité, avec tout le sérieux et la conviction que le sujet nécessite, tout devient important. La moindre défaillance pourrait se convertir en un maillon faible qui, à son tour, compromettrait la fiabilité de votre travail et l'assurance de toute votre « chaîne » de protection.

Le Milieu, c'est l'ensemble des locaux de préparation, de transformation des aliments ainsi que les aires de réception et d'entreposage, incluant l'extérieur de la bâtisse.
Lorsqu'on applique un processus de contrôle de qualité, il ne faut pas penser uniquement à celui des points critiques de transformation et d'entreposage. Il faut aussi porter attention à toutes les présences de sources de contamination physique, chimique ou environnementale.

LA VERMINE

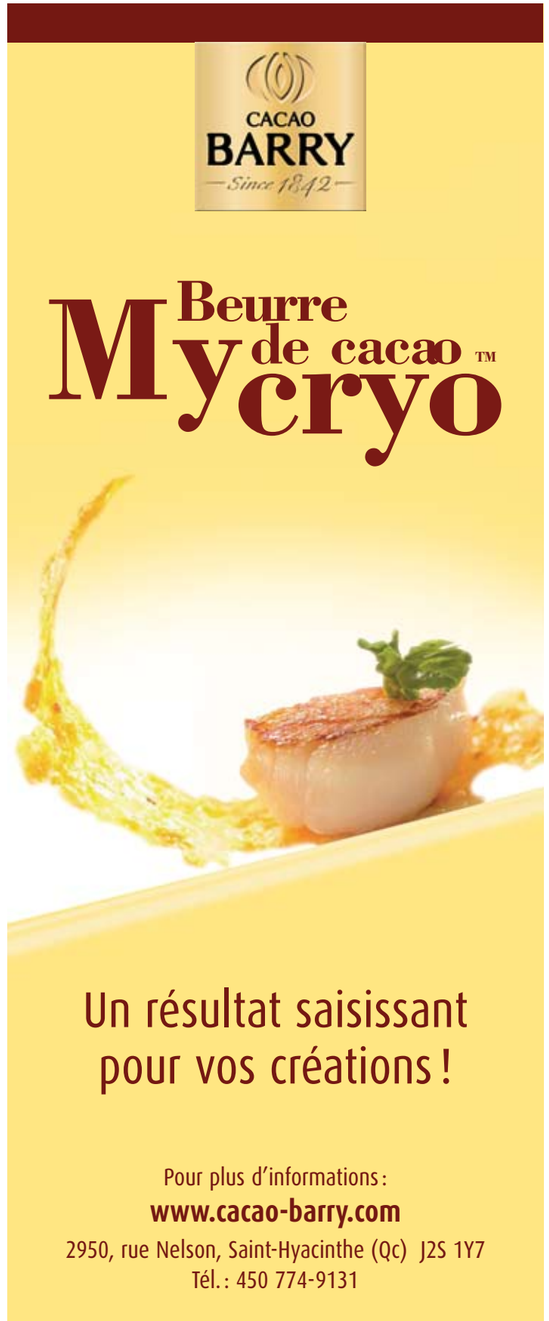
Dans un premier temps, il faudra s'assurer d'empêcher l'entrée des insectes, volants ou pas, dans tous les locaux. Sur ce point précis, plusieurs entreprises privilégient l'aspect préventif, ce qui, en soit, est une excellente approche. Par exemple, on conviendra de visites régulières avec une entreprise spécialisée qui appliquera un programme de contrôle et d'extermination de la vermine. En général, ces programmes portent sur la vérification des portes, des fenêtres, des moustiquaires et des bouches d'aération, afin de vérifier leur ajustement et leur propreté. Ils comportent également un volet d'inspection des locaux de réception et d'entreposage, ainsi que la surveillance des endroits exigus, afin d'y vérifier toute présence indésirable.

L'ENVIRONNEMENT

Les sources environnementales sont multiples et très diversifiées. Les tuyaux d'évacuation, par exemple, doivent être munis de grillage protecteur et d'un piège sanitaire. Cette tuyauterie doit toujours être propre, exempte de détritus qui, l'humidité aidant, pourraient se transformer rapidement en « nids » idéaux pour la reproduction…
On aura soin d'entreposer les produits nettoyants et autres assainisseurs dans des endroits qui leur soient spécifiques. Dans les entreprises alimentaires, il est primordial de s'assurer que l'ensemble des produits soient conçus spécifiquement à cet usage. D'ailleurs, plusieurs compagnies se spécialisent effectivement dans ce secteur. N'hésitez surtout pas à exiger les spécifications des produits utilisés et, au besoin, leur enregistrement.
La gestion des ordures est aussi d'une extrême importance. De toute évidence, des contenants propres, fermés et étanches sont de rigueur. Qui plus est, ils doivent rester en tout temps inaccessibles aux insectes et à tous les autres animaux.
On devra s'assurer d'une bonne ventilation et d'une aération judicieuse des locaux. Dans bien des cas, l'utilisation d'un filtre à air avec le système de ventilation est primordial. Il faut bien se rappeler que l'air vicié extérieur, le monoxyde de carbone des autos et la poussière déplacée sur les routes pénètrent facilement, charriant avec eux leur lot de contaminants.
Enfin, l'éclairage doit être bien protégé par des équipements adéquats. Un bris est si vite arrivé…

L'EAU

Il est nécessaire que l'eau chaude (60 ˚C ou +) soit disponible en tout temps et en quantité suffisante. Vos réservoirs doivent être en mesure de répondre à la demande. Surtout, l'eau doit être d'une qualité microbiologique irréprochable. En général, les systèmes d'aqueduc des villes et des municipalités ne posent pas de problèmes. Par contre, si vous disposez d'un puits ou d'un petit réservoir privé, il faudra fréquemment procéder à l'analyse de l'eau. Les systèmes de réfrigération et de congélation (glace concassée ou en cubes) feront aussi l'objet d'un programme d'entretien.
Voilà donc un autre M de couvert, et pas des moindres! Et que dire maintenant de tous ceux et celles qui pensent encore que la clé du succès réside presque exclusivement dans la beauté du décor de la salle à manger? La transformation alimentaire, à quelque niveau qu'on l'examine, est exigeante et votre réussite ou votre échec résultera pour beaucoup dans le contrôle de ces exigences. Sinon, votre belle entreprise ne sera que de la poudre aux yeux et comportera un haut niveau de risque pour la clientèle.
Vous mettez tant d'effort à réussir que vous ne voulez certes pas que votre succès soit éphémère. Vous devez pour cela vous conformer à notre méthode des cinq M, faisant preuve de la sorte du plus grand respect de votre clientèle et de sa sécurité.



UN ÉTÉ CHAUD

UN VÊTEMENT CONFORTABLE

CHANDAIL UNISEXE

CHILL-T

21,75$ ch.

PERSONNALISEZ-LE AVECUNEBRODERIE

Unisexe, confortable, durable, manches courtes, microfibres 100 % polyester, fini FIT4[mc]. La performance anti-transpiration de ce tissu garde la peau au sec. Lavable, blanc, noir, bourgogne ou vert kaki. Broderie en sus.

Tailles régulières : XP à XG **(9540)** 21,75 $ ch.
Tailles + : XXG et XXXG **(9550)** 25,75 $ ch.

UNIFORMES TOWN&COUNTRY DEPUIS 1957

CONSULTER NOS AUTRES COLLECTIONS SUR
www.tcuniforms.com

AUCUN ACHAT MINIMUM POUR COMMANDER
LIGNE SANS FRAIS : 1 800 361-0388

MasterCard VISA AMERICAN EXPRESS

LE CANADA REMPORTE LE PRIX COUP DE CŒUR !

Le **Mondial des arts sucrés 2008**, qui était chapeauté par le distributeur de produits de pâtisserie DGF pour sa première édition, s'est tenu dans le cadre du Salon Europain & Intersuc, les 29, 30 et 31 mars dernier. Ce concours de pâtisserie s'adressait aux professionnels des arts sucrés. En tout, onze pays y étaient représentés, dont le Canada avec Marie-Josée Lacombe et Jean-Luc Piquemal, des équipes mixtes obligatoires (un homme et une femme) de deux candidats.

Roch Desjardins
Chef enseignant en pâtisserie
Centre de formation professionnelle Jacques-Rousseau

L'épreuve pratique était d'une durée de 20 heures réparties sur trois jours de travail d'après un thème libre. Celui du Canada était le mariage. Ils avaient à réaliser tout sur place :

- **1 support en pastillage**, base de présentation pour les verrines et les tartelettes ;
- **1 pièce en sucre**, support pour l'entremets ;
- **3 sortes de petits fours frais** : un au chocolat, un aux fruits et un au choix ;
- **Tartelettes individuelles** : une variété ;
- **1 dessert en verrine**, à dominance de fruits ;
- **1 entremets**, à dominance de praliné ;
- **des bouchées de chocolat**, avec un minimum de deux textures, au choix ;
- **1 pièce en chocolat et pastillage**, support de présentation pour les bouchées de chocolat et les petits fours frais ;
- **1 dessert à l'assiette**, incluant un mélange glacé non turbiné obligatoire.

Je suis très fier du résultat de notre équipe. Elle était motivée par la passion, par le désir d'aller au bout de quelque chose et par le défi de bien performer. Et avant tout, une amitié grandissante nous unissait. En plus, nous avions tous été, par le passé, chef pâtissier de l'année au Québec : le coach Eddy Rosine, de Galerie au chocolat (1995), Marie-Josée Lacombe, de la Sapinière (2004), Jean-Luc Piquemal, de la Gourmandine (2007) et moi-même, directeur de l'équipe, du CFP Jacques-Rousseau (2005). Nous étions tous des professionnels reconnus pour notre expertise dans le métier au Québec.

Ils s'entraînaient depuis juillet dernier et ils sont arrivés en quatrième position sur onze pays. Et cela, en plus de gagner le prix « coup de cœur ». Pas mal pour une première édition ! Nous sommes passés très près du podium, mais à moins de cinq minutes de la fin, une légère défaillance technique, non contrôlée, a fait complètement s'effondrer la pièce en pastillage. Nous n'avions donc plus que deux pièces sur trois à présenter sur le buffet final. Une chance extraordinaire pour Eddy et moi qui avons agi comme juges, en plus. (Mais sans juger notre pays, bien sûr.)

Au terme d'une lutte acharnée, le premier trophée a été remporté par l'équipe de France. La prestigieuse deuxième place a été gagnée par le Japon, et la troisième, par le duo russe.

Participer à de tels concours oblige les participants à se dépasser et, aussi, à créer de nouvelles techniques de travail. C'est aussi toute une valorisation d'y avoir participé. Ils en sortent grandis! De plus, dans ces concours, on apprend beaucoup des autres équipes. C'est ce qui fait progresser le métier de pâtissier!

Pour toute l'équipe, ce fut une expérience extraordinaire. L'organisation, de la part de DGF, était sans faille. Un merci à la collaboration des autres équipes, des juges et des commissaires de jury. Il y a de fortes chances qu'il y ait une équipe canadienne dans deux ans, mais il nous faudra plus de budgets pour accéder au podium. La France n'a pas ces problèmes de transport et elle peut profiter de l'expertise de MOFS. Le Japon, de son côté, est arrivé avec deux tonnes de matériel par avion et une équipe d'environ vingt personnes. Nous, avec un peu plus de 6000 $ de budget et quatre billets d'avion à payer, nous sommes arrivés avec notre petit matériel dans nos valises.

Nous remercions tous nos partenaires de l'édition 2008 car sans eux, cela n'aurait pas été possible. Si des partenaires sont intéressés à s'investir pour 2010, veuillez me contacter à rochpatissier@videotron.ca. Pour plus de détails, vous pouvez visiter le site web : www.dgf.fr Cliquez sur le lien vers le Mondial des arts sucrés.

Encore félicitations à toute l'équipe!

UN SERVICE PERSONNALISÉ : MOI, J'ACHÈTE !

Lorsque vous allez au restaurant ou à l'hôtel, comment vous qualifieriez-vous en tant que client? Vous considérez-vous indulgent ou plutôt très critique sur l'expérience que vous vivez ? Si je me fie à mon expérience personnelle, nous sommes les deux à la fois. Nous sommes capables de faire preuve d'indulgence et de comprendre, lorsque le service est lent, que le personnel est débordé parce que, entre autres, certains membres de l'équipe ne se sont peut-être pas présentés au travail et que l'équipe est à court de personnel. Par contre, nous sommes probablement plus critiques que l'ensemble des consommateurs sur la qualité et la chaleur de la nourriture servie, la propreté et beaucoup d'autres petits détails que nous jugeons importants.

Nicole Buchanan
Acheteur principal
Groupe St-Hubert

Vous est-il déjà arrivé de vivre une expérience dont vous vous souviendrez toujours ? Voici l'expérience que j'ai vécue :

La famille de mon conjoint demeure dans l'Outaouais. Plus précisément, dans la Petite Nation. Il nous arrive au retour d'arrêter pour le souper à un restaurant appelé *La Canadienne*, situé sur la route 148 à Pointe-au-Chêne. Disons que le nombre de restaurants de qualité autres que les roulottes de frites et de hot-dog est assez limité sur cette route. La Canadienne a su se bâtir depuis plusieurs années, une renommée en offrant, entre autres, des pizzas au four à bois ainsi que des déjeuners et des produits « maison » ou tirés de la cuisine québécoise. Ce restaurant attire une clientèle variée, composée en majorité de voyageurs et de routiers. Nous y allons environ trois à quatre fois par année.

Il y a trois ans, la mère de mon conjoint était atteinte d'un cancer et nous nous rendions donc plus fréquemment dans la région. Un dimanche soir du mois d'août, nous nous sommes arrêtés à la Canadienne. Nous avons notamment commandé une pizza, « La Canadienne ». Au moment du service, j'ai fait remarquer à l'hôtesse que la pizza qu'elle nous avait apportée était sûrement destinée à une autre table car elle contenait des olives. Elle vérifia et me dit qu'effectivement, il y avait eu erreur et qu'elle allait placer de nouveau notre commande. Je lui ai répondu : « Pas de problème nous allons prendre cette pizza plutôt que d'attendre. »

Le souper se déroula normalement et nous nous en allâmes.

Environ un mois plus tard, après avoir rendu visite à ma belle-mère, nous sommes de nouveau arrêtés à la Canadienne. Au moment de prendre notre commande, l'hôtesse nous avisa que le repas était gratuit ce soir-là ! Surpris, nous lui en avons demandé la raison. Elle me répondit alors que lorsque nous étions venus la fois précédente, une erreur s'était produite avec la pizza que nous avions commandée et que la propriétaire du restaurant, lorsque mise au fait de la situation, avait dit à l'hôtesse de ne pas nous facturer la pizza. Par mégarde, l'hôtesse nous avait facturé le repas en entier, ce que la propriétaire n'avait pas apprécié. Lisez bien la suite.

L'hôtesse poursuivit en nous disant : « Lorsque vous êtes entrés tantôt, des hôtesses nous ont avisés : "Ce sont eux !" »

Ils nous avaient reconnus et en avaient immédiatement avisé la fille de la propriétaire. Imaginez notre étonnement. On nous avait reconnus alors que ce restaurant très achalandé sert plusieurs centaines de clients par semaine, que nous ne sommes pas des résidents de la région et que nous y allons trois à quatre fois par année ! Que dire de plus ?

Nous avons décliné l'offre du repas gratuit mais l'hôtesse a insisté.

Pour moi qui travaille dans le domaine de la restauration depuis longtemps et qui fréquente et visite comme vous beaucoup d'établissements, cette situation m'a laissée bouche bée. On ne parle pas d'un restaurant que nous fréquentons très fréquemment et dont nous connaissons le personnel. Eh bien non!

Lorsqu'on parle d'un service et d'une approche versée vers la satisfaction des clients, on peut difficilement demander mieux, n'est-ce pas ?

Sol
SINCE 1899
Faites briller vos ventes avec Sol, Le vrai goût rafraîchissant du Mexique !

BUREAUX DES COMMANDES		
Montréal	514.639.7686	1.888.978.7222
Québec	418.658.1834	1.800.644.1834
Alma	418.662.8383	1.866.662.8383
Mont-Laurier	819.623.1048	1.877.907.1048
Rouyn-Noranda	819.764.6669	1.877.471.6669
Rimouski	418.723.5649	1.800.363.5649

CERVEZA IMPORTADA
PRODUCT OF MEXICO
IMPORTED BEER
BREWED AND BOTTLED BY:
CERVECERIA CUAUHTEMOC
MOCTEZUMA, S.A. DE C.V.
MONTERREY, N.L.
MEXICO
12 fl. oz. (355 Ml.)

Jean Jacques Meyer

LES BUFFETS (SUITE)

Une fois l'appréciation du buffet et de la salle faite, voyons ce qu'il y a dessus ! Y-a-t-il de quoi nous satisfaire? Voilà le défi du chef et de sa brigade !

Les mets froids assortis, suivis par le chaud, les fromages et, finalement, par les desserts, sont la base du buffet. Je ne veux pas entrer dans la description de la nourriture. C'est tellement varié et époustouflant qu'il me faudrait plusieurs pages pour les décrire ! Mais faite confiance aux chefs impliqués. Ils ne manquent pas d'imagination ni d'expérience. L'important, c'est que tous les items présentés soient bien identifiés, d'une façon claire et compréhensible pour le public. Mentionnez certains ingrédients pour les allergies. La température des plats, qu'ils reposent sur de la glace concassée, au bain marie, sous des lampes ou sur des plaques chauffantes, doit êtres adéquate pour chacun. Les effets secondaires peuvent êtres très graves, aussi bien sur la santé des clients que sur la réputation de l'établissement! Mentionnons aussi que des visites « surprises » de l'hygiène des villes impliquées n'hésitent pas à « dégainer » leurs thermomètres et à vérifier la bonne température des aliments présentés sur les buffets commerciaux. Par le fait même, ils vérifient si les aménagements « anti-postillons» sont bien installés et à la hauteur voulue. Ce qui est un « plus » pour la sécurité du public. Mettez à la portée des clients les ustensiles appropriés à chaque plat.

Un « bon » buffet doit avoir sa propre brigade, dirigée par un chef ou un sous-chef qui doit voir au renouvellement des plats, ne pas attendre que les récipients soient presque vides ou à moitié desséchés, et que la nourriture soit fraîche et abondante du début à la fin! La même chose pour la propreté autour des plats. Les couverts de « services » déplacés par le public, qui ne sont pas des experts dans la manipulation des ustensiles, occasionnent des dégâts sur le buffet. Des stations de découpage, aussi bien froides que chaudes, des sushis préparés devant le client, des flambages pour les desserts, tous préparés par des cuisiniers en « grand uniformes », ajoutent de la valeur au buffet. Autre point qui a son importance : faire plusieurs « entrées » d'accès au buffet afin d'éviter les files et accélérer le service.

Pour terminer, il faut que le service dans la salle soit au même rythme que la demande au buffet. Le changement des assiettes doit se faire au fur et à mesure des déplacements des convives aux buffets. Et le renouvellement de la coutellerie doit se faire si nécessaire, ainsi que le remplissage des verres d'eau ou d'autres boissons. On doit aussi servir le café ou le thé au dessert, le tout devant s'enchaîner automatiquement pour le plaisir et la satisfaction de la clientèle.

Bon appétit a tous!

Prochain commentaire : « La table des douceurs »

UN PETIT TOUR EN SICILE

Photos : Nelson Bourget

Ah! L'Italie! Que je l'aime, cette grande botte dans la Méditerranée! Pas seulement parce que c'est mon pays natal, mais parce que l'Italie est toujours surprenante, peu importe la région, peu importe la saison. Ce printemps, il y a à peine quelques semaines, c'est à Cefalù, en Sicile, que j'ai découvert un coin de l'Italie que je ne connaissais pas encore. Une ville magnifique. Un livre d'histoire tout en monuments, en églises et en rocher!

Sœur Angèle

On ne pouvait choisir plus belle saison pour aller en Sicile : j'étais là au début d'avril. C'était beau et chaud. Et tout était en fleurs. Nous étions environ une trentaine de personnes. C'est le *Club voyages Alfa*, à Québec, qui s'est occupé du voyage. La même agence sympathique qui m'avait offert un voyage à Rome, l'année dernière, pour souligner mon cinquantième anniversaire de vie religieuse.

En Sicile, nous avons été accueillis par *Les Aventures Eoliennes*, une entreprise fondée par un jeune couple. Elle, elle est québécoise, et lui est italien. Ils se sont rencontrés là-bas, en Italie. Ils se sont mariés, et maintenant, ils font découvrir les îles.

Cefalù est une petite ville médiévale, située du côté nord de la Sicile, au bord de la Méditerranée. Elle est à une soixantaine de kilomètres de Palerme et c'est une station balnéaire très fréquentée. Elle est sur la baie, juste au pied d'un énorme rocher. D'ailleurs, je l'ai monté, le rocher. Je suis allée rejoindre mon mari là-haut!

Comme Cefalù est située au bord de la mer, elle a été occupée par plusieurs peuples, comme les Carthaginois, les Grecs, les Romains, les Arabes.

Au centre de la ville, autour de la Piazza del Duomo, il y a une grande cathédrale qu'il faut absolument visiter. Elle a été édifiée selon les vœux de Roger II de Sicile, qui avait échappé à un naufrage. Il l'avait fait construire pour remercier Dieu de lui avoir sauvé la vie. Il a posé la première pierre le jour de la Pentecôte, en 1131. À cette époque-là, les cathédrales ne se construisaient pas en quelques mois ou en quelques années, mais pendant des dizaines d'années, pour ne pas dire des siècles! Pour tout vous dire, la cathédrale de Cefalù n'a été consacrée qu'en 1267, plus de cent après le début des travaux. Et depuis, elle a été transformée souvent. Mais elle n'est pas le seul monument architectural à visiter à Cefalù. Le long du Corso Ruggero, on trouve des palais, des églises médiévales et baroques, des monastères. Et il y a la fontaine. Visiter Cefalù, c'est faire un véritable voyage dans le temps.

Vous savez, je fais toujours beaucoup de recherches avant de partir en voyage. Ça me permet d'être mieux préparée lorsque j'arrive à destination.

ORANGES, OLIVES, BONBONS, FROMAGE ET ARTICHAUTS

Lors de ce voyage, j'ai remarqué, une fois de plus, tout le respect que les Italiens ont pour leur sol. Ils y font très attention. Là-bas, manger « biologique » est tout à fait normal. Et ça paraît dans leur cuisine : on mange bien en Italie. Bien sûr, je ne pouvais pas vous raconter mon voyage sans vous parler de nourriture.

Nous sommes arrivés en pleine saison des oranges sanguines. Il y en avait partout! Et les orangeraies étaient encore en fleurs. Avec les oranges, ils font de tout : des sorbets, du jus, de la crème glacée… Elles servent de base pour plein de choses. Quant aux citrons, ils en font quatre cueillettes par année.

Et bien sûr, il y a les olives. Avez-vous déjà vu des oliviers? Les oliviers poussent comme ça. Il y a des gens qui les cultivent, mais ça prend un mâle pour deux femelles. Sinon la fécondation ne se fait pas. À ce moment-là, vous avez des olives. Il y a différentes sortes d'oliviers et autant de variétés d'olives. Il y a les vertes qui sont martelées. Il y a beaucoup de travail qui se fait à la main, à la mitaine. C'est encore artisanal. Ils mettent ça dans les barils, dans le sel. Savez-vous que pour préparer une bonne huile d'olive, ça prend trois variétés d'olives? C'est important de mélanger des olives sucrées et amers pour qu'il y ait un équilibre. C'est pour ça, entre autres, que les huiles d'olive sont si différentes les unes des autres.

Ces dernières années, les goûts se sont raffinés en Occident. Les gens sont de plus en plus exigeants et sélectifs en ce qui concerne les huiles d'olive. Ils savent faire la différence entre des huiles d'olive ordinaires et de bonnes huiles d'olive, et entre les bonnes et les meilleures! Les gens ne sont pas fous. Ils voyagent beaucoup et connaissent les choses. Je trouve ça merveilleux.

Lorsque nous sommes allés à Palerme, nous avons visité le musée de la manne. Au Canada, on se sert de la sève du cœur de l'érable pour faire du sirop d'érable. Là-bas, ils pratiquent des entailles, des incisions, dans l'écorce de l'arbre après huit ans. Ils en tirent une matière sucrée, la manne. C'est un coulis qu'ils récoltent depuis des siècles, entre autres pour ses vertus médicinales. Et c'est avec ça qu'ils font tout le glaçage du temps de Pâques. Ils s'en servent aussi pour faire des bonbons.

À L'AIR, LA MANNE DEVIENT DURE ET ELLE FIGE.

Je pourrais aussi vous parler des fameux fromages de la Sicile, qu'on connaît moins bien chez nous. Ils en fabriquent avec du lait de chèvre, de brebis ou, bien sûr, de vache. Et tous leurs fromages sont délicieux. Et ils font aussi de la très bonne charcuterie. Une autre chose à souligner, aussi, c'est qu'en Sicile, on cuisine l'aubergine de mille et une façons : grillée, en cubes, avec de la tomate... Ça sert de base pour eux. Comme nous étions là au début d'avril, c'était aussi la saison des artichauts. Il y en avait en grande quantité! On pouvait acheter une douzaine d'artichauts pour une piastre, imaginez-vous! Tout le monde cuisinait les artichauts. Des artichauts farcis, des artichauts grillés, des artichauts dans l'huile…

Accompagnée de mon groupe, je découvrais et leur faisais découvrir, avec les chefs, ce qu'on trouvait dans nos assiettes. Une sardine n'était plus une sardine mais l'aboutissement d'un travail effectué par des gens qui vivent au bord de la mer depuis des siècles et qui en connaissent les secrets. Notre voyage, je vous le dis, n'était pas en Sicile mais dans l'Histoire.

Bref, j'ai visité la Sicile en compagnie d'une trentaine de personnes qui avaient soif de découvrir. Et nous avons été bien servis en faisant un échange culturel avec des chefs de là-bas. Nous avons goûté à des vins qu'on ne connaissait pas. Nous avons mangé de tout, du poisson, de la chèvre. Nous avons visité des îles verdoyantes.

Et surtout, nous avons vu, une fois de plus, que nous avons beaucoup à apprendre de l'Italie. N'est-ce pas l'écrivain Stendhal qui disait : « Si tu as une chemise et un cœur, vends ta chemise et va vivre en Italie »?

Club voyages Alfa : www.alfa.clubvoyages.com

Que vais-je faire en Alberta ? Rencontrer des Albertains, visiter des ranchs, sentir le pétrole, me laisser séduire par les Rocheuses ? Ou encore, serai-je impressionné par le développement accéléré d'Edmonton et de Calgary ? Tout ça, sans doute. Mais surtout, je profiterai de mon séjour pour mettre certains préjugés à l'épreuve. Et si j'ai l'occasion d'y croiser des Québécois, je leur demanderai tout simplement : « Pourquoi déménager en Alberta ? ». Ils me répondront alors, du tac au tac : « Pourquoi rester au Québec ? »

HUIT JOURS EN ALBERTA

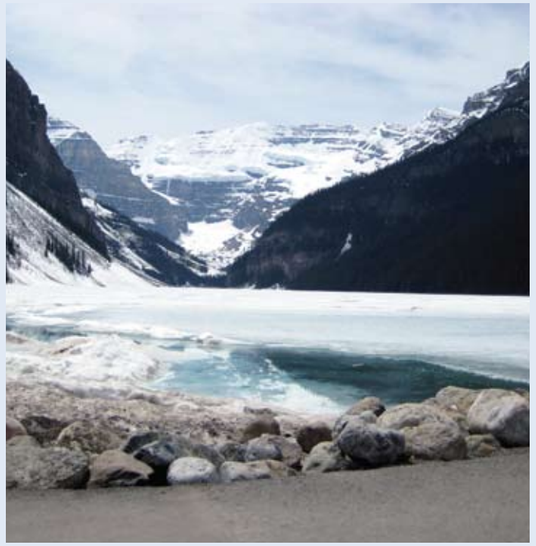
Reporatge et photos **François Pratte**

La concurrence que livre l'Alberta au reste du pays n'est pas féroce. Seulement écrasante. Le pouvoir d'attraction de cette province est si grand qu'elle ne semble pas devoir déployer beaucoup d'efforts pour attirer la main-d'œuvre et les touristes.
Pourtant, ces efforts, elle les fournit. Grandement. Elle ne s'assoit pas sur ses lauriers.
L'agence de marketing du tourisme de l'Alberta, **Travel Alberta**, est à l'image du dynamisme de la province. Sa mission : augmenter le nombre de visiteurs et, conséquemment, les retombées économiques de leurs dépenses sur le territoire. Guidée par le Strategic Tourism Marketing Council et par un plan strat ique triennal, l'agence voit à l'application des différents programmes. Hôtels, restaurants, musées, centres récréotouristiques et, en fait, toute l'industrie touristique, sont mis à contribution pour mettre en valeur cette société distincte devenue la vache à lait de l'ensemble du Canada. À Edmonton, Jasper, Banff et Calgary, j'aurai de longs entretiens avec des gens venus de partout, et pour cause : l'Alberta est l'une des provinces qui attirent le plus d'immigrants. **Maude Laliberté**, mon premier contact à l'agence, vient elle-même de Québec.

Edith Cavell Dining Room, centre de villégiature **Fairmont Jasper Park Lodge**, 15 mai 2008. Quelle heure est-il? 19 h 30. Le ciel est bleu, le soleil brille encore. Il ne fera vraiment nuit qu'aux environs de 22 h 30. Attablé tout près de la fenêtre panoramique, je me laisse captiver par les Rocheuses, par le mont Edith Cavell en particulier, et par le lac Beauvert, au bord duquel cet hôtel à pavillons a été construit dans les années 20. Dans cette salle à dîner aux allures d'une autre époque, **Laurent Pelletier**, un maître d'hôtel francophone originaire de Saint-Hubert, m'a accueilli avec prestance et élégance à mon arrivée. Il paraît jeune. A-t-il même trente ans?
Je ne suis pas pressé. J'ai envie de décompresser après ces quatre premiers jours en sol albertain. La lumière de fin du jour est belle et apaisante. Ici, personne ne court. Personne ne crie. Le va-et-vient du personnel est discret. **Michel Simard**, de Québec, est visiblement heureux de servir un Québécois et de pouvoir parler avec un client en français. Ce jeune homme souriant vit en Alberta depuis trois ans et demi. **Nyssa**, sa seconde, vient de Brockville, en Ontario. À cet hôtel, cette étudiante a trouvé un emploi d'été. Un emploi de rêve. Profitant d'une accalmie dans la salle, Michel vient causer un moment. Qu'est-ce qui l'a convaincu de s'établir ici? Bien traité, il a droit à plus d'un mois de vacances par année, et son hébergement est fourni par l'hôtel dans un village d'appartements situé derrière les écuries. Pendant la haute saison, le centre de villégiature emploie 800 personnes. La plus récente vague de nouveaux, dont fait partie Nyssa, est arrivée il y a deux semaines. La semaine prochaine, 125 autres doivent débarquer à l'hôtel.
Ce soir, je mange comme un roi. Chaque bouchée de ce repas de cinq services est un délice. Et je dois une partie de ce plaisir divin à **Jean-François Fortin**. Ce sous-chef, qui a d'abord travaillé à Edmonton avant d'entrer au Jasper Park Lodge, a commencé sa carrière au **Château Frontenac**, à Québec, en 1998. Il est en Alberta depuis 2006.
Depuis le début de mon séjour, c'est la première fois que je rencontre autant de Québécois au même endroit. Même si c'est le fruit du hasard, ça me fait réfléchir. À peine distrait par le couple d'amoureux quadragénaires qui se lancent des mots doux à la table voisine, je revis en pensée la première moitié de mon voyage.

LUNDI, 12 MAI

J'arrive à l'aéroport d'Edmonton à 11 h 15, sur les ailes d'Air Canada. Le ciel est légèrement nuageux mais le temps est doux. Une voiture m'attend chez Avis. En route! Par où dois-je passer? Sur l'autoroute, je m'arrête à un centre d'information touristique. Derrière le comptoir, au fond d'un hall plutôt vaste, quatre ou cinq préposés, hommes et femmes de tous âges, semblent disponibles. « May I help you? », me demande un homme dans la soixantaine. Dès que je lui lis l'adresse de l'hôtel **Matrix**, à Edmonton, il sort son stylo feutre et trace ma route sur sa grande tablette de cartes préimprimées, tout en m'expliquant qu'avant d'arriver aux portes de la ville, je devrai garder la droite, et puis… Voilà. C'était clair. Je ne me perdrai pas.
Hôtel-boutique de 184 chambres, dont 21 suites luxueuses avec salon, le Matrix est un établissement moderne au design très urbain, alliant avec goût le bois et le métal. Visiblement, il cible une clientèle de gens d'affaires. Tous les services sont offerts, qu'il s'agisse du



stationnement, de l'accès à l'internet et à des imprimantes, ou même d'une salle de conditionnement physique. Le petit déjeuner continental, inclus, est servi dans un grand salon. Détail qui fait plaisir : on a de l'espresso! À la fin de la journée, on peut y retourner pour une dégustation de vins et de fromages, gracieuseté de la maison. Le moment est propice pour les rencontres d'affaires.
Dans la chambre, je me sens chez moi. Lit confortable, écran plat, fauteuil ergonomique pour écrire, éclairage approprié. Me revient l'article qu'avait publié notre collaborateur **Silvio Sicoli**, dans le numéro de mars : « De plus en plus de clients s'attendent à retrouver, dans les chambres d'hôtel, les mêmes éléments qu'ils ont à la maison. » Et il ajoutait : « Les clients ne paieront pas davantage pour des choses qu'ils trouvent déjà à la maison… mais ils seront prêts à débourser pour obtenir ce qui leur manque chez eux : une expérience unique. »
Mon premier lunch a lieu au **Madison's Grill**, un restaurant situé dans un autre hôtel chic d'Edmonton, situé à quelques minutes de marche : **l'Union Bank Inn**. J'y fais la rencontre d'une jeune femme fort sympathique, **Kelly Bertoncini**, de **Tourisme Edmonton**. Entre deux bouchées de sandwich, elle m'expose une partie de la mission qu'elle s'est donnée : combattre les idées reçues sur l'Alberta. La conversation se déroule en anglais, mais elle m'apprend qu'elle a fait une partie de ses études à l'école canadienne-française de Saskatoon, en Saskatchewan. Elle me révèle un tas de choses sur Edmonton. L'impression que j'en tire, c'est que les administrateurs de la ville, tout en favorisant son développement, protègent jalousement son image de ville propre et respectueuse de l'environnement. Le fameux **West Edmonton Mall**, dont l'étendue équivaut à 48 pâtés de maisons, est le plus grand complexe commercial et récréotouristique au monde. Ailleurs dans la cité, le vieux quartier **Old Strathcona** est fréquenté et habité par les artistes. Ville verte, Edmonton compte plus de kilomètres de verdure par habitant que toute autre ville canadienne, et on y trouve le plus grand parc urbain de l'Amérique du Nord : River Valley, le long de la rivière Saskatchewan. Quant aux amateurs de golf, ils sont bien servis : il existe plus de 70 terrains de golf dans la région d'Edmonton. Et sur le plan culturel, elle est connue comme la ville des festivals. Si bien que si vous tapez l'adresse www.festivalcity.ca, vous accéderez au site web du calendrier des festivals et des événements d'Edmonton. Pas mal pour une ville née il y a à peine plus d'un siècle pendant la ruée vers l'or.
L'Union Bank Inn était un projet de rêve pour les designers d'intérieur. **Shelley Carrier**, la directrice, me sert de guide lors de ma visite de différentes chambres. L'hôtel, qui a été aménagé en 1997 dans une ancienne succursale de banque par une courtière en immeubles, **Diane Buchanan**, a fait appel à différents designers. Les chambres sont même signées et portent leurs noms.

THE BOARDROOM

Avant de rentrer à l'hôtel, vers la fin de l'après-midi, je me suis arrêté au **Boardroom**, un spa où les hommes sont traités aux petits soins par des femmes. Quel homme peut y résister? Pas moi, en tout cas. On y entre comme dans un temple, laissant derrière soi tout souci, stress, travail ou heure de tombée, et on se détend. Je reçois un massage en profondeur qui me fait grand bien. Et à la sortie, je retrouve mes souliers… cirés!

LA RONDE

À 18 h 45, je considère ma première journée bien remplie et presque achevée alors que je me dirige vers le restaurant La Ronde du **Crowne Plaza Château Lacombe** pour rejoindre **Chad** et **Kyle**, du club de golf **RedTail Landing**. Mais je me trompe : nous n'en sortirons qu'autour de minuit. « Vous avez vu notre club de golf, en sortant de l'aéroport? C'est très visible! », me demande Chad Rumpel. « Euh… Non. J'avais si peur de me perdre en chemin, les premières minutes, que je n'ai regardé que les panneaux de signalisation! » Chad est le directeur du club de golf. Membre de la PGA, il a accès, si je comprends bien, à tous les clubs de golf du monde réservés aux pros. Pour démystifier ce sport traditionnellement associé à l'élite et aux gens d'affaires, Kyle me dit : « Au fond, qu'est-ce que c'est, le golf? Un bâton de golf, une balle, un trou. On frappe la balle avec un bâton en espérant qu'elle arrive dans le trou. C'est tout simple! » Vu sous cet angle… La formule de Chad, qui en remet, est facile à retenir et encourageante pour les néophytes comme moi : « Golf is the toughest game to perfect, but the easiest sport to pick up! »
Nous commandons une très bonne bouteille de vin pour accompagner un repas où la viande est à l'honneur. Au fur et à mesure que les heures s'écoulent, la lumière se tamise jusqu'à ce que la nuit prenne toute sa place. Lisant entre les lignes de mes convives, je sens qu'il existe une saine compétition entre la capitale de l'Alberta, Edmonton, et Calgary. Selon mes hôtes, l'une est plus urbaine et internationale tandis que l'autre est plus commerciale et régionale. À Calgary, lorsque je poserai la question à d'autres personnes, elles me répondront l'inverse. Chiffres vérifiés auprès de Statistique Canada, les deux villes ont dépassé le cap du million d'habitants en 2006. Et toutes deux sont imprégnées du dynamisme albertain en affichant la croissance la plus forte à l'échelle canadienne. Bref, elles sont dans la même ligue. Et pourtant bien différentes, comme je le constaterai à la fin de mon séjour, à Calgary. Lorsque vous irez jouer au golf à Edmonton, allez les saluer de ma part.

MARDI, 13 MAI

Après le petit déjeuner au Matrix, on m'attend au parc aquatique intérieur du **West Edmonton Mall**, où j'assisterai à l'entraînement des phoques. On m'a suggéré de porter des vêtements qui supporteront d'être un peu « éclaboussés ». Surprise! Je n'en porterai pas du tout. Car non seulement j'assisterai à l'entraînement mais je deviendrai moi-même « entraîneur d'un jour ». Ce qui signifie que je

plongerai dans l'eau froide vêtu d'une combinaison. Et avec l'entraîneur **Carmen Bell**, je nagerai avec le plus gros des phoques, Pablo, qui pèse environ 260 kg, sous la supervision de **Darren Taylor**, un Britannique. La première étape de mon initiation se fait à l'intérieur, dans l'enclos des phoques. **Astrid Velthuis**, une femme dans la jeune vingtaine, me guide dans mes communications avec Kelpie, un phoque né en Écosse, en captivité, comme les deux autres. Je dois garder en tête que l'animal, comme tous ceux qu'on entraîne, a appris selon le principe de la récompense. Les expressions sonores et les gestes ne peuvent être faits à la légère. Ce sont des codes. Nous sommes observés par **Tim Sinclair-Smith**, le directeur du zoo marin. Originaire de l'Australie, il a littéralement grandi dans le milieu et voyagé partout. Il connaissait d'ailleurs très bien **Steve Irwin**, le populaire animateur de télévision qui a succombé à l'assaut d'une raie pastenague, en 2006. Deux heures plus tard, je quitte le parc aquatique avec l'impression d'avoir vécu quelque chose de tout à fait inhabituel. C'est le genre d'expérience qu'on n'oublie pas.

PACKRAT LOUIE, OLD STRATHCONA

Le Packrat Louie est situé dans le vieux quartier d'Edmonton. S'il était à Montréal, son adresse serait probablement sur le Plateau. Les cuisiniers sont à l'œuvre en plein centre du restaurant. Le personnel, jeune, porte l'uniforme noir classique. Deux ou trois cloisons sont chapeautées de blocs transparents remplis de bouchons de liège. Amusant. La carte de vins propose un choix de bouteilles provenant surtout de l'Australie et de la Californie. Le gérant, **Jordan**, est un anglophone d'Edmonton parfaitement bilingue. Pendant l'année scolaire, il enseigne. La restauration est son deuxième emploi. Mon repas, léger, se compose d'une demi-salade césar et d'une assiette de pâtes : des penne au poulet et au chorizo. On y mange bien, mais c'est surtout pour l'atmosphère, je crois, que la clientèle s'y donne rendez-vous.

MERCREDI, 14 MAI

Quatre heures et demie de route séparent Edmonton du parc national de Jasper. À mesure que j'avance et prends mes distances de la ville, la nature reprend ses droits. Après tout, les deux tiers des habitants de l'Alberta se concentrent dans deux villes : Edmonton et Calgary. Ce qui ne les empêche pas de préserver farouchement le principal actif de la province : son territoire. Lorsque j'aperçois les premières montagnes, au loin, et leurs sommets enneigés, il est difficile de résister à la tentation de sortir mon appareil-photo. Comme me dira **Martin Gervais**, le directeur artistique de *Brigade*, le plus maladroit des photographes ne peut réussir à faire de mauvaises photos dans les Rocheuses. C'est Mère Nature dans toute sa beauté.

Jasper est un village traversé par une route principale et par une rue de commerces et de restaurants assez étroite. Entre 4000 et 5000 personnes y vivent. Jasper n'aspire pas à devenir une deuxième Banff, une ville plus connue et plus populeuse. Au restaurant **Evil Dave's**, où je souperai en compagnie de **Joe Couture** et de **Calla-Marie Medig**, de la Chambre du tourisme et de commerce locale, j'apprendrai que de nombreux francophones y vivent, ainsi que des gens, comme Joe et Calla, dont certains ancêtres étaient francophones. Et comme partout ailleurs en Alberta, des personnes sont d'abord venues pour y travailler ou s'y reposer avant de s'y installer pour de bon. C'est le cas de **Cyndi Day**, la propriétaire du restaurant, et de son mari, **Mike Day**, qui fêtent ce soir leur anniversaire de mariage. Ils ont transformé une ancienne pizzeria en petit restaurant familial, dont les plats portent des titres tels que *Evil Genius* (un spaghetti végétarien), *Mad Cow* (une lasagne) ou *Evil Diva* (du poulet grillé). La présentation des assiettes est elle-même originale et doit plaire aux enfants. Dois-je ajouter qu'ils servent aussi de la… poutine?

JEUDI, 15 MAI

Wow. Au petit matin, vues de mon chalet du Jasper Park Lodge, les Rocheuses sont d'une beauté à couper le souffle sous le soleil qui vient de se lever. Pieds nus, je sors et inspire cet air frais encore et encore, en m'approchant de l'eau. Tout autour, j'entends quelques oiseaux. Dans quelques heures, après mon petit déjeuner au restaurant *Meadows*, j'essaierai d'atteindre le sommet du mont Whistler, après en avoir parcouru la plus grande partie en téléphérique.

Todd Noble, le directeur des ventes et du marketing du **Jasper Tramway**, me parle de son système de réservation en ligne unique qui évite aux gens les files d'attente. Chaque cabine du téléphérique peut transporter environ 25 personnes. Les mesures de sécurité sont exemplaires et jamais, depuis son ouverture en 1964, le Tramway n'a eu à faire face à une situation d'urgence. Le trajet jusqu'en haut ne dure que sept minutes, mais assez pour donner le vertige à certains. Là-haut, l'air est plus frais, l'oxygène est plus rare. Et le sol est aride. On peut se contenter de rester là et de se promener tout autour, ou aller carrément au sommet, à pied, 200 mètres plus haut. La marche, en fait, dépasse le kilomètre sur une côte assez abrupte. Et je l'entreprends. L'expérience mettra mes poumons et mon cœur à l'épreuve, mais j'en reviendrai avec une certaine satisfaction, 45 minutes plus tard!

L'après-midi, de retour au village de Jasper, je me laisserai conduire par **Kevin**, de **Jasper Motorcycle Tours**. Cette entreprise originale organise des visites guidées du parc en motocyclettes Harley-Davidson munies d'une nacelle latérale *(sidecar)*. Pendant plus de deux heures, j'explorerai avec Kevin des lieux comme Medicine Lake et Maligne Canyon. Il répondra à chacune de mes questions sans hésitation : il connaît bien les lieux. Et lorsque nous apercevrons un véritable grizzly au fond du lac presque totalement desséché, il me préviendra : « Ces ours sont très rapides. Il ne faut pas les sous-estimer. La bête nous paraît loin, mais si elle décide de nous attaquer, nous n'aurons pas beaucoup de temps pour déguerpir. »

Aux environs de 16 h, je fais la rencontre de **Kevin Sebulski**, un joueur de golf professionnel membre de la PGA, responsable du club de golf de Jasper Park Lodge. Personnage pince-sans-rire, il me donne l'impression de me percevoir comme un parfait ignare en matière de golf. Je le rassure sur ses impressions : je suis bel et bien un parfait ignare en matière de golf. C'est ce qui me permet de poser des questions que tous les débutants n'osent jamais poser. Pour en savoir plus, je vous invite à lire l'article à ce sujet en page 50.

Et le soir, à 19 h 30, je me présente à l'*Edith Cavell*, où je rencontre Laurent, Michel, Nyssa… et finis par causer avec mon couple d'amoureux quadragénaires, avec qui je finirai la soirée.

VENDREDI, 16 MAI

Le parcours entre Jasper et Banff, des centaines de kilomètres à travers montagnes et glaciers, pourrait durer des jours. La frustration me gagne chaque fois que je jette un coup d'œil sur ma montre. J'ai quitté Jasper vers 13 h 30 et je suis attendu à Banff à la fin de la journée. Je n'aurai pas le temps de profiter de l'excursion dans les champs de glace de Columbia organisée par Brewster. Elle dure une heure et demie. Si j'y vais, je ne serai pas à Banff avant 21 h 00. Je laisse donc tomber. Ce sera pour mon prochain voyage!

HÔTEL RIMROCK

Tout près du téléphérique de Banff (Gondola), situé à flanc de montagne, l'Hôtel Rimrock offre une vue imprenable sur les Rocheuses. Le personnel est courtois et les petites attentions font plaisir. Dans ma chambre, une petite enveloppe personnalisée m'attend devant un plateau de fraises enrobées de chocolat et une bouteille de vin mousseux. J'ai à peine le temps de m'installer que je me sauve pour aller souper au **Buffalo Mountain Lodge**.

Le maître d'hôtel, **Shawn**, est de Pierrefonds. Il a étudié à Waterloo avant de s'établir en Alberta, en octobre dernier. Ce grand voyageur d'une trentaine d'années a travaillé, entre autres, en Australie, dans le Sud-Est asiatique et en Nouvelle-Zélande. C'est cette expérience acquise ailleurs qu'il veut mettre à profit ici. Les propriétaires du Buffalo possèdent plusieurs autres hôtels et ont leur propre ferme pour fournir les cuisines de leurs restaurants. Presque toutes les viandes proviennent du **Canadian Rocky Mountain Ranch**, situé près de Calgary.

SAMEDI, DIMANCHE ET LUNDI

Dès le samedi, je sens que mon voyage tire à sa fin. Je sais que les trois prochains jours seront encore remplis, avec une excursion à Lake Louise et des visites à Calgary. Je constate, surtout, que nous avons beaucoup à apprendre de l'Alberta. Car c'est bien en Québécois que j'ai visité ces lieux et rencontré ces gens.

Samedi soir, par exemple, je dînerai avec **Elizabeth « Elli » Allen**, du Service des ventes du Rimrock, au chic restaurant **Eden** de l'hôtel. Au cours de ce souper mémorable, en particulier pour mes papilles gustatives, souper dont le service sera assuré par deux personnes ayant un bon sens de l'humour, **Quinn Bester** et **Jakob Klassen**, j'essaierai de comprendre ce qui lie tous ces nouveaux Albertains aux origines pourtant si diverses. L'argent du pétrole, vraiment? Pas sûr que ce soit la seule raison. Il y a de l'emploi pour tous, mais la vie coûte cher, aussi. Alors quoi?

À Calgary, je serai logé au **Fairmont Palliser**, un hôtel qui rappelle une autre époque, celle des années 50 ou 60. Ou le Reine-Elizabeth, qui appartient à la même chaîne. Appelons ça le vieux chic. Une valeur sûre. Le soir, je serai dans une toute autre ambiance, soit celle du restaurant **Teatro**, sur la rue 8e avenue. Et c'est **Jennifer Laraway**, de Tourisme Calgary, qui m'accompagnera. Le choix du restaurant est tout simplement parfait. Jennifer sera aussi mon guide le lendemain midi, jour de mon départ. Nous irons au restaurant **Joeys**, qui ouvrira ses portes le jour même après des mois de rénovation. Puis au **Musée Glenbow**, où nous plongerons au cœur de la vie traditionnelle des autochtones.

Vais-je l'écrire? Je ne pourrai résister à la tentation d'essayer un autre spa, avant de partir. C'est ainsi que je profiterai des installations du **Stillwater Spa** du **Hyatt Regency** avant de me tourner vers Montréal, la tête pleine de nouvelles idées.

POUR TOUT SAVOIR

Travel Alberta
www1.travelalberta.com/fr-ca

The Matrix Hotel
www.matrixedmonton.com

Madison's Grill – Union Bank Inn
www.unionbankinn.com

Tourisme Edmonton
www.edmonton.com

The Boardroom
www.boardroomspas.com

La Ronde – Crowne Plaza Château Lacombe
www.chateaulacombe.com

RedTail Landing Golf Club
www.redtaillanding.com

West Edmonton Mall
www.matrixedmonton.com

Packrat Louie
www.packratlouie.ca

Chambre du tourisme et de commerce de Jasper
www.jaspercanadianrockies.com

Jasper Tramway
www.jaspertramway.com

Jasper Motorcycle Tours
www.jaspermotorcycletours.com

The Rimrock Resort Hotel
www.rimrockresort.com

Banff Gondola
www.banffgondola.com

Buffalo Mountain Lodge
www.crmr.com

Fairmont Palliser
www.fairmont.com/palliser

Teatro
www.teatro-rest.com

Tourisme Calgary
www.tourismcalgary.com

Joeys Restaurant
www.joeysrestaurants.com

Glenbow Museum
www.glenbow.org

StillWater Spa
www.stillwaterspa.com

LE NETTOYAGE DES CHAMBRES : UNE AFFAIRE SIMPLE MAIS COMPLEXE !

Ce que vous lirez ici n'est peut-être pas nouveau ni innovateur, mais combien important à se rappeler lorsque nous sommes dans le domaine de l'entretien des chambres.

Il existe différents types de nettoyage de chambre pour les différentes périodes d'un séjour. Chacun a son importance et doit être exécuté avec soin. En voici un aperçu :
Le *nettoyage au départ* est fait la journée de départ du client et vise à préparer la chambre pour l'arrivée du suivant. Le *nettoyage de luxe*, qui s'adresse aux clients VIP et aux clients qui paient un tarif supérieur, ressemble beaucoup à un nettoyage au départ, mais nous pouvons éviter de passer la balayeuse tout en remplaçant les éléments de confort *(amenities)*. Un *nettoyage express* se limite à changer les serviettes, à refaire les lits sans changer les draps et à sortir les vidanges, ou déchets. Ce service, souvent appelé SVL (serviettes, vidanges, lits), s'adresse à une clientèle moins huppée, telle qu'un groupe de ski, une université ou un colloque avec des tarifs d'entreprise.

LE NETTOYAGE AU DÉPART

Tout d'abord, afin de s'assurer que le visiteur ait bien quitté sa chambre, le préposé au confort doit toujours frapper à la porte et s'annoncer avant d'entrer : « Bonjour, entretien ménager. » Il doit ensuite ouvrir les rideaux, les stores et, si la température le permet, les fenêtres, afin d'aérer la pièce. Au besoin, il doit ajuster la température (en hiver, les thermostats doivent être réglés à 15 °C). Il doit ensuite s'attaquer au ménage de la cuisine, s'il y a lieu, et jeter toute nourriture ou boisson qui s'y trouve. Il est essentiel d'enlever tous les articles sales dans la salle de bains, le salon et dans les chambres, et de vider les poubelles. Puis il doit appliquer les désinfectants dans la salle de bains selon la séquence de travail, et faire les lits en respectant les règles d'hygiène, sans oublier le sofa-lit et les lits *trundles*. Enfin, nettoyer la salle de bains et la cuisine selon la séquence de travail.

Les règles d'hygiène pour faire un lit doivent être suivies avec soin. Premièrement, mettre des gants de caoutchouc si désiré, ou se laver les mains après le nettoyage. Ensuite, vérifier la condition des draps : s'ils sont tachés ou mouillés, les mettre dans un sac de plastique transparent avec une note expliquant la nature de la tache. Mettre le sac dans la poche à linge et toujours tenir les draps souillés éloignés du corps.

Danièle Matte
Directrice des opérations
Wyndham Cap Tremblant

Le respect de la propreté pour faire un lit :

1. s'assurer que les draps frais ne sont pas contaminés par les bactéries contenues dans les draps souillés ;
2. assurer aux invités un endroit hygiénique pour dormir ;
3. assurer une apparence soignée du lit ;
4. économiser du temps ;
5. assurer le confort des invités ;
6. éviter de salir d'autres surfaces : ne pas secouer les draps et ainsi éparpiller la poussière, les bactéries, les cheveux et les pellicules.

Épousseter avec un chiffon humide propre tous les articles se trouvant dans l'unité, suivant le sens des aiguilles d'une montre : surfaces de tables, tableaux, miroirs (glaces, cadres et rebords), téléviseur, cadres de fenêtre, radiateurs, dossier de lit, autres meubles et abats-jour, l'intérieur et l'extérieur des tiroirs, toutes les portes intérieures et extérieures. Il faut aussi nettoyer les chaises sur le balcon, les fenêtres et leurs encadrements si elles sont sales (puis les barrer), les portes-fenêtres extérieures et intérieures (accessibles par le balcon), ainsi que les murs au besoin. Il ne faut pas oublier de passer l'aspirateur : déplacer les meubles légers et passer l'aspirateur dessous, s'assurer que les angles et les coins soient propres, passer l'aspirateur sous le lit, rapporter sur la feuille de route les toiles d'araignées du plafond, regarder sous les meubles pour vérifier si aucun objet n'a été oublié par les invités, réapprovisionner la chambre avec de nouvelles fournitures et nettoyer le téléphone.

Le nettoyage parfait et systématique de la chambre après le départ des invités:

> assure que la chambre est hygiénique et attrayante aux yeux des nouveaux invités ;
> assure que la chambre contient le moins de poussière possible ;
> protège les invités qui sont allergiques à la poussière et aux mites ;
> permet au préposé à l'entretien de repérer des articles oubliés par les invités.

Pour le *nettoyage de luxe* et le *nettoyage express*, le préposé au confort doit :
Dans la salle de bains : changer les serviettes selon la demande de l'invité (serviettes dans la baignoire ou sur le plancher), nettoyer l'évier de la salle de bains ainsi que la baignoire, et faire briller les chromes et les miroirs, nettoyer la cuve de toilette et vider les poubelles, s'assurer qu'il n'y a pas de cheveux sur le plancher. Remplacer savon et shampoing seulement au besoin.
Dans la cuisine : vider les poubelles, mettre la vaisselle dans le lave-vaisselle et le mettre en marche, ou laver la vaisselle pour les unités sans lave-vaisselle (changer la lavette et le linge à vaisselle si nécessaire), essuyer le comptoir de cuisine, essuyer l'évier et mettre le bouchon à l'envers, vérifier les savons, mais ne pas remplacer le café. Pour le *nettoyage de luxe*, il faut également penser à nettoyer la surface de la cuisinière, essuyer l'intérieur du four à micro-ondes et la cafetière, nettoyer le placard sous l'évier, laisser un sac sur la tablette et en mettre un dans la poubelle. Il faut également faire bien attention de ne pas ouvrir les tiroirs, et être prudent en déplaçant des verres ou des tasses contenant des liquides : ces objets peuvent contenir des verres de contact ou des médicaments. Dans le doute, ne rien déplacer.
Dans les chambres : pour le *nettoyage de luxe*, il faut faire le changement des draps et taies d'oreiller, et pour le *nettoyage express*, simplement faire les lits.
Dans le salon et la salle à manger : essuyer la table de la salle à manger ainsi que celle du salon, et passer rapidement l'aspirateur dans les aires communes au besoin. Pour la saison d'hiver, remplacer la bûche si elle a été utilisée.
Veuillez vous assurer que les produits de nettoyage soient toujours vaporisés sur la guenille et non pas sur les surfaces à nettoyer car cela peut les abîmer. Les éclaboussures laissent des marques.
Dites-vous qu'une chambre impeccable contribue grandement au succès d'un établissement hôtelier et complémente le séjour des invités.

Location•Rentals
Bravo
bravoparty.com

Bravo, c'est...

...de l'équipement pour traiteurs
...de l'événement corporatif
...des conférences et des congrès
...la location de marques connues
...la livraison partout au Québec
...la logistique sur site
...du service de qualité

votre expert en location pour événement

61-K Brunswick, Montréal (DdO), Québec, H9B 2N4
Tél: 514-685-8000
information@bravoparty.com

LES VAINQUEURS DES OLYMPIADES QUÉBÉCOISES!

Dans le dernier numéro, je vous annonçais les Olympiades québécoises qui auraient lieu en avril dernier, après plusieurs heures d'entraînement, de stress et de nuits blanches. Je vous transmets ici les résultats de la compétition. Veuillez noter qu'au niveau de la restauration, le gagnant de la coupe Gérard-Delage 2006, **M. Pierre-Luc Côté**, a remporté la médaille d'or. Il sera le représentant du Québec pour les Olympiades canadiennes.

SERVICE DE LA RESTAURATION
Or : **Pierre-Luc Coté**, CS des Premières Seigneuries, CFP de Fierbourg
Argent : **Stéphanie Gagné**, Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
Bronze : **Philippe Maurice**, CS du Chemin du Roy, CFP Bel-Avenir

CUISINE D'ÉTABLISSEMENT
Or : **Jonathan Audet***, CS Marie-Victorin, CFP Jacques-Rousseau
Argent : **Sébastien Laframboise**, CS de la Capitale, École hôtelière de la Capitale
Bronze : **Adel Bader**, CS au Cœur-des-Vallées, CFP Relais de la Lièvre-Seigneurie

*M. Audet a reçu une bourse de 2000 $ des Caisses populaires Desjardins pour le plus haut pointage reçu durant la compétition.

PÂTISSERIE
Or : **Karine Albert, CS Marie-Victorin, CFP Jacques-Rousseau**
Argent : **Antonio Guarnieri, CS de la Pointe–de-l'île, CFP Calixa-Lavallée**
Bronze : **Nicole Bouthillette**, CS au Cœur-des-Vallées, CFP Relais de la Lièvre-Seigneurie

Pour les élèves, pouvoir compétitionner avec des jeunes en provenance de plusieurs autres régions est une occasion exceptionnelle de valoriser leur futur métier, de perfectionner les techniques, de développer un esprit de compétition, de mesurer leurs connaissances et de créer des liens avec d'autres compétiteurs. De plus, afin de valoriser leur métier d'avantage, certaines qualités sont recherchées chez les concurrents : des aptitudes à la communication, une faculté d'observation, une habileté de préparation et une dextérité lors du service ou de la présentation des plats ou des pièces.

Tous nos médaillés d'or ont représenté le Québec lors des 14e Olympiades canadiennes qui ont eu lieu du 25 au 28 mai 2008 à Calgary, en Alberta. Voici les résultats :
Pierre-Luc Côté : Or**
Stéphanie Gagné : Or
Sébastien Laframboise : Or**
Judith Fitze : Argent
Krystel Corrigan : Or**
Karine Albert : Bronze

Je tiens à remercier le MELS, les Commissions scolaires, les directeurs de centres, les enseignants, les organisateurs et tous les participants pour leur attribution au succès de ces Olympiades.

Mario Gagnon
Directeur de centre
École hôtelière de Laval

*Les références ont été prises sur le site de **Compétences Québec** : *www.competencesquebec.com*

**Ces médaillés représenteront le Canada aux 40e Mondial des métiers à Calgary, du 2 au 5 septembre 2009. C'est à suivre!

Concours
du 18 mai au 19 juillet 2008

Vous travaillez ou étudiez en restauration!

L'Association des restaurateurs du Québec est heureuse de présenter cette campagne de prévention en santé et sécurité du travail pour les jeunes travailleurs ou étudiants du domaine de la restauration **âgés de 18 à 25 ans.**

Participez à notre jeu-questionnaire sur le site www.restaurateurs.ca et courez la chance de gagner l'un des deux prix suivants :

Gagnez en SÉCURITÉ!

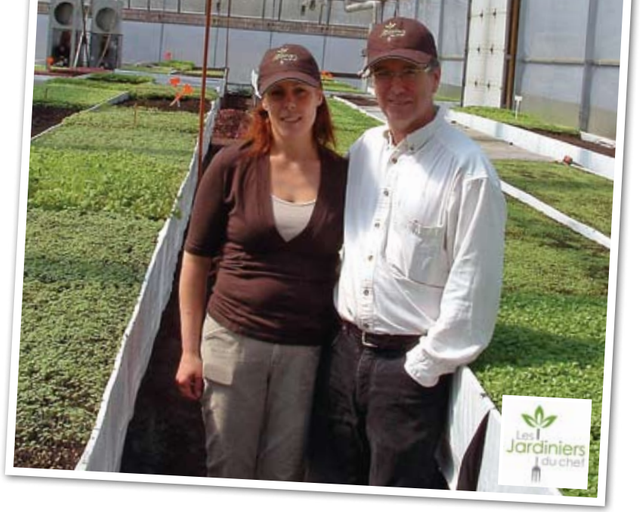
1er prix
Location d'une voiture **Lancer 2008** pour 6 mois
ou
Montant forfaitaire de **3 000 $**

2e prix
Au choix, valeur de **1 000 $**
Forfait saut en **parachute** pour 2 personnes
ou
Ensemble **IPOD TOUCH**
ou
Caméra numérique

ATTENTION!
SÉCURITÉ!

ARQ 70e
À votre table depuis 1938 !

Pour participer ou consulter les règlements du concours
www.restaurateurs.ca
Vous avez jusqu'au 19 juillet 2008 pour vous inscrire



LES JARDINIERS DU CHEF

UNE ENTREPRISE FAMILIALE DE SERRICULTURE ESSENTIELLE À LA GASTRONOMIE D'ICI

La serriculture désigne la pratique qui consiste à cultiver, dans ce cas-ci, une culture maraîchère à l'intérieur d'une serre afin de réunir des conditions hygrométriques et photopériodiques adaptées. Elle permet en effet de bénéficier de la luminosité naturelle avec la possibilité de rallonger la photopériode par des lumières artificielles tout en gardant le contrôle des conditions idéales pour les terreaux. Elle permet notamment d'étirer la période où l'on peut cultiver quand les conditions climatiques ne le permettent pas. C'est essentiel pour l'économie locale de produire une culture maraîchère d'extrême qualité à l'année, au lieu d'en importer d'ailleurs lorsque le climat ne s'y prête plus.

Natalie Roy et **Pierre-André Daignault** sont deux passionnés pionniers dans ce domaine. Ils y œuvrent depuis le début des années 90 et souhaitent garder leur production à une échelle artisanale. *Les Jardiniers du chef* offrent de jeunes pousses orientales et traditionnelles, des fleurs comestibles et des fines herbes, à l'unité ou prémélangées. Leur catalogue présente plus d'une quarantaine de produits sous serre et une quinzaine de légumes non traditionnels d'une grande qualité. C'est avec rigueur qu'ils réussissent à cultiver des produits que l'on ne retrouve nulle part ailleurs tout en respectant des méthodes de culture relative à l'environnement; sans engrais et pesticides de synthèse. Leur production est destinée en grande partie aux restaurants de fine cuisine, à travers la province comme au Canada. Il n'est pas rare maintenant de retrouver sur les menus des plus grandes tables d'ici le nom de M. Daignault accompagnant ses petits légumes ou ses pousses fraîchement cueillis.

Les chefs d'ici, comme le fait **Normand Laprise** depuis le début des années 90, mentionnent le nom des producteurs ainsi que la provenance de leurs produits sur leurs menus. C'est avec fierté aujourd'hui que le consommateur averti réalise et constate qu'il déguste un produit d'ici et de grande qualité. C'est aussi un geste très important pour les chefs des plus grandes tables de chez nous d'encourager nos artisans et producteurs. C'est un retour aux sources (de la ferme à la table). Le maillage entre l'artisan et le consommateur, tellement important en soi!

« Transmettre l'amour de la ferme et de ses artisans, promouvoir l'agriculture et les produits maraîchers de chez nous ». Voilà un beau projet de société…

Bruno Égretaud
Chef enseignant **École hôtelière de Laval**
begretaud@cslaval.qc.ca

M. Daignault développe avec son équipe des produits uniques que l'on ne retrouve pas dans les marchés d'alimentation. « Le consommateur, dit-il, devient de plus en plus exigeant lorsqu'il va dans un restaurant de fine cuisine. C'est comme aller au théâtre, aller à un grand spectacle, vivre un moment unique tant par l'ambiance que par les qualités organoleptiques des inspirations culinaires des chefs. » Il ajoute que les consommateurs ne veulent pas retrouver les aliments qu'ils obtiennent facilement chez eux. Leur production maraîchère est basée sur cette essence même, à l'image de ce que les gens recherchent sur leur table. « Ma passion est de découvrir et de travailler sans cesse avec ce que la nature offre de mieux. Essayer de nouvelles cultures, trouver des goûts différents, développer de nouveaux produits comme d'anciens légumes oubliés et d'en faire la mise en marché auprès des meilleurs chefs d'ici et d'ailleurs. » C'est grâce à l'attention et la passion de toute leur équipe et avec l'ouverture d'esprit des chefs qu'ils y arrivent année après année. Ils ne sont plus certifiés bio bien que leurs méthodes de culture, leurs terreaux et ce qu'ils utilisent au niveau des fertilisations soient au-dessus des normes : « Le marché que l'on dessert ne le requiert tout simplement plus. » *Les Jardiniers du chef* sont reconnus pour la qualité constante de leur production toute l'année : « Une grande fierté pour nous, notre plus belle réussite! »

Leurs perspectives d'avenir sont d'augmenter leur production tout en maintenant une qualité extrême de leurs produits à l'année. Le marché local ne suffisant plus, il leur faudra le développer de façon plus concrète à travers tout le pays, mais aussi utiliser de façon plus créative les nouvelles technologies en serriculture. « La nouvelle technologie fonctionne; il faut l'améliorer et s'en servir de façon intelligente. Étant beaucoup développée en Hollande et en Israël, la serriculture évolue rapidement; il faut donc se mettre à jour constamment et faire appel aux expertises d'ici et d'ailleurs. », nous dit M. Daignault. C'est pour eux un grand défi de rentabiliser ce type de culture alors que les coûts d'énergie grandissent sans cesse. Ils doivent trouver des solutions : réduire les dépenses d'énergie, trouver d'autres sources, et travailler sur les capacités isolantes des écrans thermiques et des fibres d'aluminium afin de garder cette chaleur vitale en culture sous serre. « C'était important avant, et ce l'est encore beaucoup plus aujourd'hui, avant que ça devienne problématique. »

Les Jardiniers du chef, récipiendaire du CÉRÈS 2003 et grand prix d'excellence pour sa production et sa gestion. Une entreprise qu'il faut découvrir à tout prix pour ceux et celles qui veulent déguster des produits exceptionnels ou tout simplement connaître plusieurs variétés de légumes oubliés ou méconnus.

Les Jardiniers du chef fait la livraison à Montréal. Certains détaillants offrent leurs produits au marché Jean-Talon et d'autres, tels que Hector Larivée et Can Am, desservent la province, l'Ontario et Vancouver.

Pour joindre *Les Jardiniers du chef* :
Tél. : 450 433-8789, 866 208-1684
Fax : 450 433-0140
Courriel : jardichef@videotron.ca
Site web : www.jardiniersduchef.com

Bonne découverte !

AUGMENTER VOS REVENUS NOURRITURE ET BOISSONS NE NÉCESSITE PAS UNE AUGMENTATION DE VOS DÉPENSES.

Il y a quelques années, j'occupais un poste dans le domaine hôtelier, avec plus de 17 ans d'expérience à mon actif. La créativité était toujours de la plus haute importance dans le cours de mes activités opérationnelles quotidiennes et dans mes activités marketing.

Mario Di Criscio
Vice-président des opérations
Les Restaurants
Prime du Canada

La plupart du temps, les hôtels qui possèdent des aires de service nourriture et boissons allouent très peu de leur budget au marketing. Ceci est dû principalement au fait que ces aires de service produisent un taux de profitabilité beaucoup plus bas que celui généré par la vente de l'hébergement (chambres). La plupart des gestionnaires seraient satisfaits de générer un taux de profitabilité variant entre 15 % à 22 %, comparativement à un taux de profitabilité sur l'hébergement pouvant varier entre 40 % et 70 %.

Nous insistons fréquemment sur le contrôle des coûts plutôt que sur l'augmentation des revenus. Cette tendance, qui semble se poursuivre depuis plus de 15 ans, est associée principalement à la croissance de restaurateurs indépendants au Québec, ce qui crée du même coup un déclin notable dans la popularité des aires de service nourriture et boissons des hôtels. Conséquemment, pour réaliser un taux de profitabilité plus élevé, il nous faudra modifier notre façon de faire tout en réduisant les coûts.

La gestion conventionnelle a recourt aux trois méthodes suivantes en vue d'augmenter le volume des ventes :

1. Augmenter le nombre de clients
2. Augmenter la facture moyenne
3. Augmenter l'achalandage en recrutant une clientèle extérieure (clients ne séjournant pas à l'hôtel)

Ce sont toutes des solutions évidentes qui peuvent s'avérer efficaces. Par contre, une question s'impose : comment un gestionnaire peut-il maintenir l'achalandage qui en découle et améliorer les profits avec peu ou pas de budget?

Je crois fermement qu'un restaurant localisé dans un hôtel doit être géré comme s'il s'agissait d'un établissement ayant pignon sur rue. Par contre, les hôtels boutiques semblent faire classe à part, car dans la majorité des cas, ces derniers se concentrent sur les éléments de base qui font le succès des entreprises : un service personnalisé.

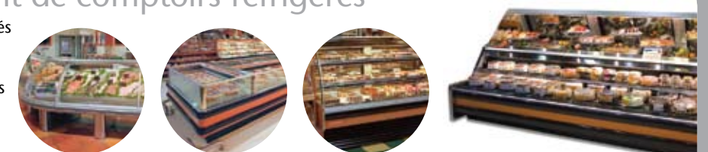
Pour ceux d'entre vous qui gérez une aire de service nourriture et boissons, voici quelques idées sur lesquelles vous pouvez concentrer vos efforts :

1. Affichage et publicité dans le hall d'entrée et les ascenseurs.
2. Menus et cartes tentes – quelque chose qui attirera l'attention du client dans la chambre.
3. Affichage à l'extérieur de l'hôtel.
4. Création d'un comité en charge de la génération de revenus.
5. Désigner du personnel de ligne pour travailler en étroite collaboration avec la direction du service nourriture et boissons sur des idées de marketing.
6. Mise sur pied d'un festival ou d'une soirée spéciale qui aidera à faire votre renommée.
7. Créer une atmosphère propice à la gestion d'un réseau dans votre bar. Par exemple : les mercredis ou jeudis à compter de 17 h 00, ce pourrait être une soirée à l'intention des hommes et femmes du quartier des affaires environnant. Faites-en une soirée où ces derniers en feront leur place de choix.
8. Brunch du dimanche thématique ou événement spécial.
9. Maintenez constamment vos efforts pour bien identifier le nom du restaurant et assurez-vous qu'il y ait au moins un plat qui soit une spécialité identifiée comme telle.
10. Faites de votre Chef un ambassadeur. Ne misez pas seulement sur votre menu ou des articles sporadiques dans les journaux ou revues spécialisées. Il doit agir à titre d'ambassadeur pour votre restaurant.
11. Incitez le personnel de la réception et les chasseurs à promouvoir vos aires de service nourriture et boissons. Ce devrait être une nécessité sur leur description de tâches et ce point devrait être soulevé lors de l'embauche. La direction peut également opter d'offrir une prime d'encouragement à cet effet.
12. Finalement, mettez-vous à la place du client. Posez-vous la question, à savoir ce qui vous inciterait à manger dans votre restaurant et d'y revenir.

Rappelez-vous qu'un taux d'occupation plus élevé signifie un nombre potentiel de clients plus élevé, donc une augmentation des revenus. Sans négliger les douze points mentionnés ci-dessus, la meilleure façon d'augmenter vos revenus repose sur l'utilisation créative de vos ressources, i.e. votre personnel.

Un personnel bien formé est essentiel. Les employés doivent avoir à cœur leur travail et faire preuve d'une attitude positive. La clé du succès réside dans la participation active de tout le personnel hôtelier à promouvoir les aires de service de l'hôtel, i.e. : le personnel de la direction, la conciergerie, le service de l'entretien ménager, le personnel administratif, le personnel du stationnement, etc. Assurez-vous qu'ils soient formés et informés. De plus, le directeur nourriture et boissons, accompagné du Chef, devrait de temps à autre prendre part aux réunions des autres divisions de l'hôtel afin de discuter des activités et des opérations quotidiennes du service nourriture et boissons. Leur participation aux réunions départementales pourra faciliter la mise en place de séances de brainstorming d'où naîtront très certainement de grandes idées. La clé du succès : le travail d'équipe et l'esprit d'appartenance.

En conclusion, le meilleur moyen d'améliorer la performance et la profitabilité de votre entreprise est de posséder un personnel bien formé et engagé qui offre une expérience mémorable, misant sur la créativité, la distinction et la qualité du service offert.

arneg
Fabricant de comptoirs réfrigérés
• Supermarchés
• Boucheries
• Fromageries
• Poissonneries
• Restaurants
• Fruiteries
• Pâtisseries

www.arnegusacanada.com
18, rue Richelieu, Lacolle (QC) J0J 1J0 CANADA • Tel. (450) 246-3837 • 1-800-363-3439 • Fax (450) 246-4428
4243 Lonat Drive, Nazareth, PA 18064 U.S.A. • Tel. (610) 746-9570 • 1-800-ARNEG-US • Fax (610) 746-9580
arneg WORLD

Un grand vert de Golf

Texte et entrevue **François Pratte**

Un bâton, une balle, un trou. Cognez la balle et arrangez-vous pour qu'elle aboutisse dans le trou. C'est tout? Oui. C'est tout. Si vous le faites, vous jouez au golf. Vous

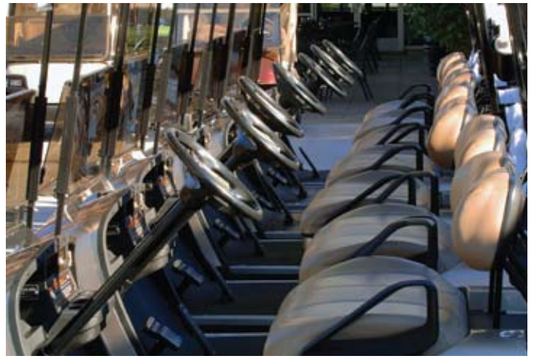
voulez essayer ? Laissez-vous guider et ne soyez pas intimidés. Des milliards de dollars se brassent sur les terrains de golf de la planète.

Des milliards? En fait, nous n'avons pas vérifié car le chiffre est introuvable : quelle entreprise déclare le montant des ententes qu'elle a conclues sur un terrain de golf? Pourtant, les entrepreneurs le savent bien : il n'y a pas mieux qu'un terrain de golf pour faire du réseautage. Donc du développement. Donc de la création d'emplois. En apparence tranquille, ce sport contribue au dynamisme des entreprises et, conséquemment, à l'économie. Vous savez que si un entrepreneur invite un client au restaurant, l'addition pourra être déposée sur la pile de frais de représentation pour la déclaration de revenus. C'est normal. Mais n'y mettez pas les dépenses reliées au golf : le fisc les refusera. Étrange pays!

Oublions le fisc et amusons-nous. Car comme me disait **Chad Rumpel**, du **RedTail Landing Golf Club**, à Edmonton, *« fun is the keyword »*. Et il ajoutait : *« It's the toughest sport to perfect but the easiest to pick-up! »*. Venant de la bouche d'un golfeur professionnel, la phrase a du swing. Résumons, avant de passer aux choses sérieuses : le jeu consiste à effectuer le moins de coups possibles sur un parcours. Il exige une certaine force mentale, de la précision, de l'endurance (surtout si vous transportez votre sac à l'épaule, ce que peu de gens font) et une bonne technique. Quant à tout le reste…

LA FACE CACHÉE DU GOLF

Une personne peut-elle arriver seule au club de golf? Absolument. Beaucoup de gens le font, rencontrant sur place d'autres personnes dans le même cas. Le golf permet de créer des liens. On a le temps, sur un terrain, d'établir une sorte de connexion. Certains employeurs se servent même du golf pour mieux connaître le caractère de leurs employés. Comment se comportent-ils au golf, comment réagissent-ils aux mauvais coups? Sont-ils colériques ou calmes? Ont-ils le sens de l'humour ou sont-ils mauvais perdants? Se mettent-ils à



blasphémer s'ils sont contrariés? Ont-ils l'esprit sportif? D'autres, pris dans leur bulle, sont incapables de soutenir une conversation. Est-ce vraiment un défaut? Au bureau, ça peut signifier qu'il ne se laisse pas distraire facilement par les commérages autour de lui. Beaucoup d'universités américaines, maintenant, incluent le golf dans leurs cours. Et ces cours peuvent donner droit à des crédits en administration, par exemple. Bref, le golf, c'est du sérieux.

VOUS N'AVEZ JAMAIS JOUÉ AU GOLF ?

Je suis dans le même cas. Ou presque. Oublions que j'ai frappé des balles à quelques reprises dans des champs de pratique et que j'ai souvent joué au mini-golf. Ça ne compte pas vraiment, paraît-il. Dans tous les clubs de golf, il est possible d'apprendre à jouer. Et plus encore : l'initiation comprend l'apprentissage de l'étiquette. C'est la même partout, qu'on soit au Québec, en Alberta ou ailleurs dans le monde. **Keven Sebulski**, du **Jasper Park Lodge**, me disait que dans le cadre de ce qu'on appelle une « clinique » de golf de trois jours, une personne apprend, avec des professionnels, les règles du golf, les techniques de base, l'étiquette, et plein de petits détails anodins qui peuvent lui paraître comme une montagne : « Une personne stationne sa voiture et se demande ce qu'elle doit faire avec son sac de golf. Et lorsqu'elle entre dans le club, que doit-elle dire? » Le b-a ba, quoi. En d'autres mots, les débutants doivent rapidement être aussi à l'aise que les anciens, sinon ils risquent de transmettre aux autres leur insécurité. Et dans des rencontres d'affaires, ce n'est pas tout à fait conseillé!

Au **Centre de golf Le Versant**, à Terrebonne, on trouve une clientèle importante de gens d'affaires. Il offre deux types d'abonnements : les réguliers et les corporatifs. Dans ce dernier cas, une entreprise achète, par exemple, une cinquantaine de parties qu'elle peut offrir à des clients, fournisseurs ou employés. Selon **Nadia Di Mena**, cela est avantageux pour l'entreprise et lui permet d'étendre son réseau d'affaires : « C'est rare que trois ou quatre membres de la corporation jouent ensemble. La plupart du temps, un membre de la corporation vient avec trois invités. »

Revenons aux cliniques : Le Versant en offre-t-il? « Nous avons une bonne équipe de professionnels à l'école de golf, nous dit M^me^ Di Mena. Les gens peuvent suivre des cours le jour, et même le soir car le terrain de pratique est éclairé. Et si un membre veut jouer avec un professionnel, c'est tout à fait possible. En fait, différents forfaits sont offerts. » Au club de golf **Hillsdale**, à Mirabel, des cours sont offerts également, comme dans la majorité des clubs : « Chez nous, une clinique regroupe une trentaine de participants, me confie **Jeannot Rathé**, son directeur. Ça dure une journée mais elle est intense. » Le coût : entre 80 $ et 120 $ par personne.

M. Rathé œuvre depuis 39 ans bien comptés dans le secteur. Et il me dit que le golf a changé « d'un bout à l'autre ». Ce n'est plus du tout ce que c'était. Il faut dire, aussi, que la clientèle vieillit. Son club, fréquenté principalement par la communauté juive, compte un grand nombre de retraités. L'été, ça devient, en quelque sorte, leur maison d'été : « C'est une activité sociale pour les membres. Il y a le terrain, la piscine, la terrasse… » Mais les retraités ne sont pas sa seule clientèle. Depuis trois ans, il y a une sorte de renouvellement des membres. La clientèle rajeunit.

Beaucoup de grandes entreprises et d'associations organisent des tournois. Cela explique sans doute la surface grandissantes des terrains de golf. En général, en incluant le chalet, les terrains de pratique et les espaces de stationnement, ils occupent une surface dépassant les 200 et même les 250 acres. Au Versant, afin de répondre au nombre grandissant de golfeurs, on met à leur disposition plus de 275 voiturettes motorisées. « On vient d'acheter 50 nouvelles voiturettes qui s'ajoutent aux 75 qu'on avait achetées l'année dernière, me dit Nadia Di Mena. La plupart sont des Yamaha, des voiturettes qui sont révolutionnaires au niveau du système de freinage. »

Lorsque je lui demande de me décrire le profil des gens qui participent aux tournois de golf, elle me répond : « Beaucoup de gens jouent dix fois dans l'année, feront dix tournois et rien d'autre. Parce que le tournoi est le bon véhicule pour discuter affaires, pour avoir des clients. Nous faisons beaucoup de location de sacs pour ceux qui ne sont pas équipés et qui ne jouent qu'à ces occasions-là. »

RESTAURATION

Un jour ou l'autre, on se fait tous inviter à un événement corporatif

ou à une activité de financement qui se déroule sur un terrain de golf. N'ayant pas encore eu mon initiatition (L'aurai-je cet été? Vais-je enfin aller à une clinique de golf?), j'accepte seulement la partie « souper » de ces invitations. Et en général, on mange très bien. Le chalet du Versant, par exemple, offre une excellente table. D'ailleurs, le cellier imposant du hall d'entrée contient une variété impressionnante de vins. « On peut recevoir jusqu'à 500 personnes dans la salle principale. Et nous avons de très grands vestiaires pour rendre la vie facile à ceux qui ont besoin de se changer, de prendre une douche à la fin de leur journée de golf. »

Un bâton, une balle, un trou. Dix-huit fois. Des heures de plaisir suivies d'un bon repas avec des gens rencontrés dans un contexte de détente, et vous êtes tous à l'abri du brouhaha inhérent au travail. La recette parfaite pour lancer un nouveau projet et démarrer un nouveau réseau. Le meilleur moyen de dynamiser l'économie, tout en s'amusant.

LE GOLF DANS LE MONDE

En 2005, on dénombrait 32 000 parcours de golf, dont la moitié étaient aux Etats-Unis. Selon le ratio parcours/population, le Canada se situait au sixième rang, derrière l'Écosse, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, l'Irlande et l'Irlande du Nord, devant le Pays de Galles, les États-Unis, la Suède et l'Angleterre. Le continent à surveiller est l'Asie, où le golf connaît un succès phénoménal. En 2003, on évaluait le nombre de golfeurs à 61 millions dans le monde.

Les suggestions de *Brigade*

Centre de golf Le Versant
450 964-2251
2075, Côte Terrebonne
Terrebonne QC J6Y 1H6
www.golfleversant.com

Hillsdale Golf & Country Club
450 435-6521
9850, Montée Ste-Marianne
Mirabel QC J7J 2A8
www.hillsdalegolf.com

En Alberta :

RedTail Landing Golf Club
780 890-7888
www.redtaillanding.com

Jasper Park Lodge Golf Course
780 852-6090
www.fairmont.com/jasper/Recreation/Golf/

NDLR : Le 18 mai dernier, notre chroniqueur Jean-Louis Thémis, professeur de cuisine professionnelle à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) depuis 1994, a été élu chef cuisinier national de l'année 2008 par la Société des chefs, cuisiniers et pâtissiers du Québec. L'équipe de *Brigade* se joint à l'ensemble de la profession pour le féliciter.

MERCI!

Grand merci chers collègues, c'est vraiment un grand honneur que vous me faites ! Félicitations et un merci particulier à Luc Boissy et François Blais qui méritaient tout autant que moi cet honneur.

Mais pourquoi moi ? Comme un politicien, je vais me permettre de donner un sens à ce vote.

Comme il faut quand même rire.
Bientôt, cette ambulance ne suffira plus à sa mission.

Je crois que le fait d'avoir fondé **Cuisiniers sans frontières** et de vouloir faire de la cuisine un outil de lutte contre la pauvreté a pesé dans la balance. Si le vote est allé dans ce sens, je pense, humblement, que le vote des membres de la Société des chefs cuisiniers et pâtissiers du Québec est historique : pour une fois, on a pas élu le chef de l'année sur la base de ses créations culinaires ni de ses implications dans divers restaurants et concours gastronomiques, mais pour son engagement concret à lutter contre la dépendance et la misère dans le monde.

Je pense que par ce vote, les chefs expriment leur sensibilité face à ce qui se produit actuellement sur la planète. Des pays dits pauvres et en voie de développement ont délaissé la culture du riz et du blé face à une concurrence déloyale de pays riches hyper subventionnés qui exportent leurs produits et les vendent moins chers. Conséquence de ce dumping, 100 millions de personnes sont sur le bord de connaître la famine. Des pays se révoltent contre l'augmentation des prix des denrées de base. Des sociétés sont sur le bord de la guerre civile et de l'éclatement.

Si, face à ce qu'on voit et ce qu'on sait, on se dit : « mais qu'est-ce qu'on peut faire, de toute façon, c'est loin de nous et ça nous ne concerne pas. », on se trompe ! C'est exactement ce que s'étaient dit d'autres personnes qui étaient à nos places, il y a 30 ou 40 ans. Et bang !

Aujourd'hui, des gens sont à la merci de multinationales sans scrupule. Comme prévu ! Des citoyens affamés vivant dans les pays exploités vont ramper pour demander à manger. Leurs gouvernements feront tout pour préserver la paix sociale et trouver une solution pour calmer leur colère. Mais à quel prix ? En endettant encore plus l'État. En bradant des matières premières et la main-d'œuvre.

Si, au lieu de nourrir, on avait montré à cultiver, si, au lieu de donner le poisson, on avait donné la canne à pêche, on n'en serait pas là. Et la FAO, qui a sa part d'erreur dans ce qui se passe, va sonner l'alarme et, encore une fois, va *patcher* : on va nourrir ceux qui n'ont pas les moyens de se payer de la nourriture, et cela, d'une manière hyper médiatisée. Des avions qui lancent des sacs de nourriture, des pauvres qui courent, se battent et s'arrachent les sacs de denrées passées date.

Gros plan sur des foules en colère, des visages tristes et affamés, des enfants à l'agonie, un environnement humiliant et avilissant.

Les citoyens des pays riches regarderont toute cette mise en scène à la télé tout en sirotant un excellent vin et en repoussant des assiettes trop pleines. Mais ce cirque ne peut durer indéfiniment. Les gens vont se lasser et se révolter. C'est exactement ce qui se produit en ce moment. Mais quoi faire? Je ne sais pas, mais je suis certain que ce ne sont ni les gouvernements, ni la banque mondiale, ni le Fonds monétaire international, encore moins les multinationales, qui auront la solution.

Je crois que des actions citoyennes individuelles auront plus d'effets. Et nous, professionnels de la cuisine, pouvons faire notre part et influencer nos contemporains. Comment?

En nous questionnant sur les conséquences de chaque geste et décision professionnelle qui semblent anodins et cela dés notre entré dans nos laboratoires de travail : Les lumières, l'eau, le *portionnage*, le nombre de service d'un menu gastronomique, la gestion des poubelles, etc.

En partageant nos inquiétudes avec nos familles, nos collègues de travail, nos patrons, nos fournisseurs, nos clients, nos syndicats, et même nos députés.

En corrigeant nos habitudes de surconsommation et aussi éviter le gaspillage.

En ne tenant pas pour acquis que le privilège que nous avons, celui de manger trois repas par jour, n'est pas éternel et qu'il faut être vigilant.

En ne se contentant pas de lire ce que disent les quotidiens, mais en faisant des recherches pour comprendre le pourquoi de cette situation.

En achetant des produits locaux pour que ce qui arrive là-bas ne se reproduise pas ici, même si c'est un peu plus cher, que ce soit dans l'alimentaire (fromages, porc, agneau et volaille) ou dans les objets de consommation comme les meubles et les vêtements.

Et plus que jamais, aider en donnant une canne pour pêcher plutôt que du poisson.

Note : Dans les pays développés, on prévoit 10 à 20 % des dépenses pour se nourrir. Dans les pays pauvres, 80 %. Imaginez ce qui va se passer si les prix continuent d'augmenter.

Jean-Louis Thémis Randriantiana
Cuisiniers sans frontières
Enseignant **Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec**

LE SEUL FOUR
COMBI PLUS FIABLE
QUE LE COMBITHERM.

LES NOUVEAUX COMBITHERMS

Alto-Shaam introduit une avance révolutionnaire dans la performance et l'efficacité du four combi. D'abord, nous offrons la fiabilité légendaire de nos fours Combitherm, ensuite nous ajoutons la polyvalence des nouvelles caractéristiques exclusives à nos fours.

Option de Fumoir breveté – Pour la saveur de fumée provenant du bois naturel, à chaud ou à froid, sans transfert de saveurs lors des cuissons futures, offert dans divers modèles Combitherms sans coût supplémentaire. Brevet E.U. 7157668

Élimination de vapeur automatique – Caractéristique brevetée pour la sécurité et la santé de l'opérateur. Toute présence de vapeur du four est évacuée juste avant que la cuisson soit terminée.

Gold-n-Brown™ – La meilleure façon pour améliorer la coloration et la caramélisation de votre volaille ou pour ajouter une texture plus croustillante à vos aliments frits.

PLUS D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

ecosmart™

Les produits ECOSMART démontrent notre engagement pour un environnement plus sain et un rendement énergétique plus efficace. Les fours Combitherms fonctionnent à un niveau d'efficacité de 70 %, utilisant moins d'eau et ayant un temps de cuisson plus rapide que les fours conventionnels ainsi que les fours combis concurrents. Ceci aide à réduire les coûts d'opérations et minimise les effets sur l'environnement.

PLUS DE SIMPLICITÉ ET DE SÉLECTIONS

Le choix entre 18 modèles, incluant les modèles sans chaudière, gaz ou électricité.

Les Modèles Deluxe vous offrent des Rapid-Touch (touche-rapide) pour cuire et programmer 250 recettes pouvant inclure 20 étapes de cuisson.

HACCP avec la gestion de cuisine

Grâce au logiciel HACCP en gestion de cuisine, il est possible, désormais, de gérer plusieurs appareils dans votre cuisine. De plus, le logiciel est totalement compatible avec le protocole des données NAFEM, le transfert de données en temps réel et l'enregistrement automatique.

Le Combitherm révolutionnaire. Une idée novatrice qui améliore, plus que jamais, votre table. Pour plus de détails, visitez ***www.alto-shaam.ca*** ou contacter M. Pierre Robert au (514) 825-6695.

241 Applewood Crescent, local 3
Concord, Ontario L4K 4E6 • Canada
Tél: 514-825-6695 • Télé: 450-471-8359
pierrer@alto-shaam.ca
www.alto-shaam.ca

ALTO SHAAM®

UN SONDAGE TRÈS RÉVÉLATEUR

Mario Boyer
Président
Tops Supper Club

Bonjour à tous. Enfin, l'été est arrivé ! Si je débute ainsi, c'est que dans le secteur de l'hôtellerie, on remarque que durant la période estivale, le marketing doit être fait différemment. Je parle surtout pour les établissements en région, à l'extérieur des centres-villes. Cela est dû en grande partie à tous les événements tels que les festivals, le Grand Prix…

Depuis un certain temps, je m'interrogeais sur l'importance des investissements que je devais faire par rapport aux médias, soit la radio, l'internet, les journaux ou la télévision. J'ai donc décidé de faire un sondage maison auprès de la clientèle de mes deux restaurants et de la discothèque Tops afin de valider l'efficacité de mon plan marketing.
D'abord, j'ai engagé deux hôtesses qui avaient pour mission de faire remplir un questionnaire par tous les clients. Voici les questions que nous leur posions :

> De quel sexe êtes-vous ?
> Quel âge avez-vous ?
> Est-ce la première fois que vous venez au Tops Supper Club ?
> Comment avez-vous entendu parler du Tops Supper Club ?
> Quelles sont les deux stations de radio que vous écoutez le plus souvent ?

3 840 personnes ont répondu au sondage.
Après avoir épluché les coupons-réponses, je peux vous dire que je suis resté stupéfait des conclusions. À ma grande surprise, 84 % des gens interrogés ont répondu avoir connu l'établissement (le restaurant Onyx, le restaurant Foxy's ou la discothèque Tops) par l'entremise d'un/une ami/amie. Les autre répondants (16 %) nous ont découverts grâce aux médias : radio, journaux…
À la lumière de ces informations, j'ai décidé d'approfondir un peu plus mon sondage. J'ai ainsi demandé l'avis à des gens qui gravitent autour de mon établissement (fournisseurs, représentants, propriétaires de restaurants ou de clubs et clients), tous âgés entre 18-55 ans.
La question était la suivante : « Dans quel ordre de priorité positionneriez-vous ces cinq médias, par rapport à leur valeur dans le domaine de la restauration et du "Night life" » ?

> Radio
> Journaux
> Télévision
> Internet
> Bouche à oreille

Puis : « Quel pourcentage d'importance leur accorderiez-vous (total sur 100) ? »
Tous les répondants s'accordaient pour dire que le bouche à oreille demeure la meilleure forme de publicité à 62 %. En deuxième place, vient la radio avec 17 %, suivie de près par l'internet avec 14 %. Finalement, la télévision et les journaux représentent ensemble 7 %.
J'ai voulu pousser un peu plus loin mon sondage par rapport à l'importance d'internet, en me basant sur les statistiques du site du Tops Supper Club. Il est important de mentionner que ce site est visité en moyenne pas 15 000 internautes par mois. Si je me fie aux données, ma page web la plus visitée est de loin la page de photos et ce, tant au niveau de la discothèque que dans les deux restaurants. Elle représente à elle seule 85 % des visiteurs. Par la suite, c'est la page des promotions de la discothèque Tops qui est la plus regardée. Et viennent ensuite, avec des chiffres plutôt négligeables. les autres pages : menu de restaurant, promotions des restaurants, informations générales…
Même si dans toutes mes occasions radio et dans toutes mes publicités journaux je mentionne le site internet, et qu'en plus, la plupart de ces pubs sont axées sur mes restaurants, les pages concernant la restauration sont très peu fréquentées.
En ce sens, après avoir évalué les résultats de mes différents sondages, j'en suis arrivé à la conclusion suivante : il n'est pas nécessaire de dépenser des sommes faramineuses dans tous ces médias. Il faut plutôt le faire de façon réfléchie. Comme 84 % des gens se déplacent grâce au bouche à oreille, je préfère investir sur mon client à l'intérieur de la discothèque, afin que celui-ci ait une expérience agréable et en parle positivement à d'autres.
À mon avis, la radio reste un excellent média. Sa force d'impact et sa fréquence sont très importantes lors d'un événement ponctuel. Dans un événement semblable, on veut le client à cet événement, non pas la veille ou le lendemain.
Internet a aussi ses forces. C'est un bon moyen de joindre et de cibler les gens, et en plus, il est très accessible. Par contre, il faut développer des moyens d'attirer l'attention des internautes et de les diriger dans le site. En identifiant les pages les plus fréquentées, on peut positionner des bannières qui font la promotion d'un produit ou d'un événement.
Les journaux, revues et guide imprimés demeurent un moyen fiable pour promouvoir le secteur de la restauration. Ce sont des outils très visuels et, à mon sens, pour promouvoir de la nourriture il faut avoir de bonnes photos qui ont l'air appétissantes.
Finalement, la télévision est un moyen de communication de premier ordre. Il est très visuel et rejoint énormément de gens. Par contre, il demeure encore trop dispendieux pour mon style d'établissement.
J'espère que vous saurez satisfaire votre clientèle. Et si vous visitez un restaurant ou un club et que vous avez été satisfait, n'oubliez pas d'en souffler un mot à tous vos amis. C'est la meilleure forme de publicité.
Sur ce, passez un bon été!

Michele Forgione La Coupole Montréal

Lauzon Photographe
Photographie publicitaire et corporative
www.gilleslauzon.com
514-995-3292

CHAMBRE FROIDE ET CONGÉLATEUR

Avant d'installer une chambre froide, la question à vous poser est de savoir si vous avez l'espace nécessaire. La hauteur est-elle bonne ?

Marc Rompré
Consultant en équipement
Service alimentaire

De quelle largeur et profondeur aurez-vous besoin? Peu importe, tout s'installe selon les pieds carrés que vous avez en main.
Mais attention! Le plancher doit être de niveau. Est-il de bois, de ciment, de céramique ou dans un autre matériau? S'il est fait de bois, il doit être isolé de trois pouces. S'il est de ciment, de céramique ou autre, vous installerez les panneaux directement sur le sol, en prenant en considération que le sol est, selon vous, de niveau. Confirmez le tout avec un spécialiste. Les panneaux de chambre froide ont une épaisseur de trois pouces, et ceux du congélateur, de quatre pouces.
Le choix du revêtement des panneaux est multiple : émail blanc, galvanisé, acier inoxydable, aluminium, autres couleurs d'émail. Les panneaux peuvent être à embouttement continu ou à clanche, selon l'installation requise.
Le choix des portes est varié. Elles peuvent être vitrées, battantes, coulissantes, à chargement, à clanche ou à poussoir.
Les composantes de l'évaporateur et du compresseur varient selon la grandeur de la chambre. Un compresseur à l'air doit être bien ventilé, sinon il va surchauffer. Un compresseur à l'eau est idéal mais certaines restrictions sur le coût de l'eau, selon la ville, sont à considérer. Le congélateur doit toujours avoir un plancher isolé de trois pouces, et la porte, un fil chauffant, des panneaux de quatre pouces pour une meilleure isolation, un thermomètre et une ampoule. Un drain est optionnel à l'intérieur pour laver la chambre. L'évaporateur requiert un drain extérieur ouvert pour le surplus d'eau.
Le compresseur peut être installé sur le dessus de la chambre avec un dégagement de 24 pouces, sinon à distance selon le nombre de pieds. Un système d'alarme peut être installé pour prévenir si la porte est ouverte, s'il y a un défaut de température, d'éclairage, de fil chauffant ou de ventilateurs, mais surtout pour minimiser le consommation d'énergie. Votre responsabilité est de donner un accès adéquat au chantier, à la cuisine ou à l'entrepôt.
Tous les raccordements électriques et la plomberie sont à votre charge.
Maximiser votre entreposage dans un minimum d'espace intérieur est beaucoup plus rentable qu'un frigo ou un congélo deux portes. La température d'une chambre réfrigérateur est 3,3 °C (38 °F), et celle du congélateur est de -18 °C (0 °F). Les tablettes d'entreposage requises pour la chambre froide ont un revêtement *polyseal* ayant une garantie, selon les compagnies, jusqu'à dix ans contre la rouille. Chaque tablette peut recevoir un poids allant jusqu'à 272 kg (600 lb). Il est possible d'utiliser vos pieds carrés pour sauver temps et espace pour votre mise en place. Pour avoir une solution efficace de rangement, les contenants carrés et ronds de Cambro, Carlisle et Rubbermaid vont de pair pour une économie d'espace. Les nouveaux bacs empilables de Rubbermaid sont très pratico-pratiques.

Sur ce, profitez bien de l'été et exaltez-vous.

Quelques bonnes adresses internet parmi tant d'autres :
www.cambro.com; www.canadiancurtis.com; www.carlisle.com; www.felisol.com; www.norbec.com; www.rubbermaid.com

Merci de votre lecture et n'hésitez pas à m'écrire à cette adresse : mrompre@felisol.com

UN GESTE POUR LE FUTUR

J'ai décidé de substituer ma chronique sur la cuisine d'ici et d'ailleurs afin de vous soumettre une idée qui pourrait faire son chemin. La pénurie de main-d'œuvre dans la restauration commence à se faire sentir. Que pourrait-on faire pour changer les choses ? Si nous voulons une relève de qualité, nous devons la soutenir !

Olivier Delcol
Directeur général
Daniel Choquette Traiteur
Président de **CODE Gourmet**

Dans une classe de vingt élèves à l'école hôtelière, combien termineront leurs études et seront encore dans le milieu de la restauration après cinq ans ? J'ai l'impression que le pourcentage ne sera pas très élevé. Nous avons donc le devoir de les soutenir par un programme de mentorat, par des stages de qualité et, possiblement, par une certaine forme d'aide financière. La relève de demain, ce sont les élèves d'aujourd'hui et c'est maintenant que nous devons nous y intéresser. L'école c'est bien, mais est-ce suffisant ?

Qu'on soit restaurateur, hôtelier, aubergiste, franchisé ou pâtissier, pourquoi ne pas cibler et former notre relève ? Je suggère d'aller visiter l'une ou l'autre des écoles hôtelières, de rencontrer les élèves, de discuter avec eux et de trouver le meilleur candidat pour l'avenir de votre entreprise. Faites-lui savoir qu'il pourrait faire partie de votre équipe dans un avenir rapproché et que vous êtes prêt à l'aider.

COMMENT ?

> choisir un menu, un plat ou un dessert qui sera identifié sur la carte du restaurant comme « la relève j'y vois » ;
> augmenter ce plat de un ou de deux dollars et en faire un point d'attraction pour le client ainsi que pour les serveurs ;
> chaque année, utiliser cette bourse pour aider l'élève sélectionné et lui offrir un programme de perfectionnement, un stage intéressant ou l'aider à payer ses frais de scolarité l'année suivante.

Il n'existe aucune garantie que l'élève finira par travailler chez vous, mais nous aurons aidé à la qualité de la main-d'œuvre dans la restauration. Et nous bénéficierons tous des retombées de ce geste.

DES CHIFFRES

Au Québec, selon les statistiques les plus récentes, il y aurait 18 024 restaurants et un peu plus de 1900 hôtels et auberges, soit près de 20 000 entreprises en fonction. À ce nombre, vous pouvez ajouter les pâtisseries et boulangeries, la restauration rapide et les chaînes de restaurants.

Ensemble nous pourrions aider 22 000 élèves dès cette année. Et en réalité, par la bande, c'est l'avenir de nos entreprises et la qualité des services que nous garantissons. C'est plus qu'il n'en faut pour renverser la tendance des dernières années.

Ensemble, nous pouvons changer les choses. Pour notre métier, nous devons nous impliquer afin de lui garantir un avenir de qualité.

Pour ma part, je mettrai en application ce projet dès le mois de juin et irai visiter les élèves de l'école hôtelière de mon choix au mois de septembre afin de trouver le candidat idéal pour mon entreprise.

Maintenant, à vous de vous démarquer!

PLUS ON ÉCONOMISE,
PLUS ON GAGNE!

FAIBLE CONSOMMATION D'EAU
Cycle de lavage complet de 2 minutes,
et le rinçage à 180 degrés.

ENERGY STAR

Jemi S.A.

LAVE VAISSELLE
LAVE VERRE
100% ACIER INOXYDABLE

Côtés moulés d'une seule pièce d'acier inoxydable
Évite l'accumulation d'aliments, la rouille et les fuites

7 bras de lavage, style baïonnette, incluant 42 jets haute pression fixes.
La vaisselle est toujours en contact avec l'eau pour des meilleurs résultats.

Inclus:
- Pompes de détergent et d'additif de rinçage
- Pompe de drain
- Surchauffeur intégré de 3.5 kW (hausse de température 40° à 70°)
- 2 plateaux et un bac à ustensiles
- Bouton de détartrage

Construction avec parois doubles
Isolation thermique, réduit le bruit et maintient la température

DISTEX
WWW.DISTEX.CA
LA SOLUTION EN ÉQUIPEMENT DE RESTAURANT

LE RETOUR DES TERRASSES

Enfin, le temps des terrasses est revenu! Bien souvent, c'est le beau temps qui nous fait sortir pour aller au restaurant. Mais on aimerait bien en profiter le plus longtemps possible. Le confort, la musique, l'éclairage et l'ensemble du décor sont des éléments très importants. Voici quelques points à prendre en considération :

ÉCLAIRAGE

Il faut prévoir assez de lumière pour permettre de lire le menu et pour bien mettre en valeur les repas que vous servirez. Certains types d'ampoules ont un effet désastreux sur la nourriture. Consultez un spécialiste en éclairage avant de choisir. Un aquarium illuminé avec ou sans poissons ajoute du mouvement et de la couleur.

MUSIQUE

Facilement à la portée de tous, choisissez bien votre musique d'ambiance. Elle accompagnera agréablement sans toutefois nuire à la conversation des clients. Le bruit d'une fontaine ou l'ajout d'un bassin d'eau en mouvement donnera l'impression d'être près d'un plan d'eau.

PLANTES ET FLEURS

La meilleure façon d'égayer votre décor extérieur sans vous ruiner, c'est de profiter de la nature. Choisissez des fleurs aux couleurs vives. Allez-y en monochrome ou multicolore et n'hésitez pas à insérer de l'éclairage pour tout mettre en valeur le soir. Optez pour des fleurs artificielles si vous n'avez pas les conditions idéales pour des fleurs naturelles.

PLANCHER

Pensez avant tout à la sécurité. Assurez-vous de garder un plancher propre et sans fissures afin d'éviter les accidents. Les surfaces en lattes de bois sont parfois dangereuses pour les petits talons hauts…

CHAISES

Il y a deux bonnes raisons pour mettre des coussins sur les sièges : la chaleur et le confort. C'est aussi une façon d'ajouter une touche de couleur à votre décor. Harmonisez les couleurs des fleurs et des tissus, et optez pour une seule couleur, des tissus coordonnés ou simplement des couleurs variées.

PARASOLS

Les nouveaux parasols sans tiges au centre de la table sont plus pratiques et souvent très grand. Prévoyez assez d'ombre pour les journées ensoleillées. Encore une fois… les couleurs pourront jouer un rôle important. Agencez les avec l'ensemble du décor. Les tons neutres résisteront mieux à la décoloration, mais des jolies couleurs attireront davantage les regards. On ressentira plus la chaleur sous un parasol noir ou marine parce que les couleurs foncées absorbent la chaleur.

CHAUFFAGE

L'ajout des systèmes de chauffage spécialement conçus pour les terrasses permettra de profiter plus longtemps des belles soirées. Des foyers extérieurs, ou même un coin en pierres des champs avec des lanternes, un peu de verdure… Ajoutez-y votre touche personnelle. Osez!

Un repas sur votre terrasse sera une expérience agréable dont on parlera. Et surtout, on y reviendra!

Francine Alepins, CMG
Designer d'intérieurs
f.alepins@videotron.ca

BRIGADE
LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DU SERVICE ALIMENTAIRE AU QUÉBEC

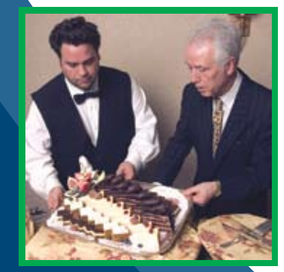
À tous les annonceurs qui aimeraient se joindre à nous, communiquez avec nos représentants :

Yvon Tremblay
T 514 270-3518
ytremblay@brigademag.com

Marc Rompré
T 514 241-1774
mrompre@brigademag.com

Maria Remiggi
T 514 256-8366
mremiggi@videotron.ca

NOUS AVONS CE QUE VOUS AVEZ BESOIN !
R.E.D. RESTAURANT EQUIPMENT DISTRIBUTORS OF CANADA LIMITED
TOUTES CES MARQUES - ET PLUS ENCORE
Il y a un représentant R.E.D. près de chez-vous !
50 bureaux partout au Canada
Pour localiser le bureau le plus près de chez-vous visitez le www.redcanada.com ou composez le 905-678-1151



NOUVEAU TITRE DE COMPÉTENCE
pour les directeurs de la restauration

Les gestionnaires et les gérants de services de restauration peuvent maintenant être reconnus pour leur gestion des ressources humaines, leurs habiletés de communication et de ventes, leurs compétences en leadership, leurs connaissances et leur expérience.

Ceux qui franchiront avec succès les étapes du programme de reconnaissance professionnelle en gestion de la restauration se mériteront le plus haut titre professionnel de l'industrie, soit **Gestionnaire en tourisme reconnu (GTR)**. Ils pourront fièrement afficher les lettres GTR sur leurs cartes professionnelles, leur curriculum vitae et dans toute correspondance.

JOIGNEZ-VOUS À EUX SANS TARDER!

Le programme *emerit* offre une gamme variée de ressources pour soutenir votre préparation ou celle de votre personnel au programme de reconnaissance professionnelle ou pour appuyer tout autre besoin de perfectionnement professionnel en tourisme.

Faites valoir votre professionnalisme. Engagez-vous sur la voie de la réussite en visitant **www.emerit.ca** ou en appelant le **1-800-486-9158** et inscrivez-vous pour l'obtention d'un titre de compétence qui vous reconnaîtra comme un leader de l'industrie.

1-800-486-9158
www.emerit.ca

CQRHT
Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
De la passion… et du métier !
Comité sectoriel de main-d'œuvre en tourisme

TOURISM TRAINING emerit DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Canada
Financé par le gouvernement du Canada par l'entremise du Programme des conseils sectoriels.

AH ! LES HISTOIRES DE VIGNERONS...

Voici une histoire invraisemblable qu'un vigneron m'a fait parvenir. Une belle poésie d'un auteur inconnu.

Il y a quelque temps, au bal de la **Nuits Saint-Georges,** j'ai rencontré la petite **Juliénas**, une fille drôlement **Gigondas**, un sacré beau **Meursault**, et sous sa robe vermillon, se trouvait un grand cru classé, avec des arômes de cassis et de fraises des bois.
On a dansé **Anjou** contre **Anjou** sur un **Sylvaner** à la mode et, plus tard, lorsque je lui ai proposé de l'emmener dans mon **Châteauneuf-du-Pape**, elle est devenue toute **Crozes-Hermitage**.
Le temps d'aller chercher un **Chablis** au vestiaire, de mettre un petit **Corton** dans ses cheveux, nous sommes monté dans ma **Banyuls** et nous avons roulé jusqu'au matin.
Ah ! Quelle belle journée ! On s'est baladé **Entre-deux-Mers**, il faisait beau, on a **Vaqueyras** sur la plage, les pieds dans l'eau **Clairette**, on s'est **Pouilly-Fuissé** dans les dunes et puis, comme le **Mecurey** montait sérieusement et qu'on commençait à avoir les **Côtes-Rôties**, on a décidé de rentrer.
Mais voilà, en partant nous nous sommes retrouvés coincés dans les embouteillages, enfin les bouchons, quoi ! Je commençais à **Minervois** sérieusement et là, **Juliénas** et moi avons commencé à nous crêper le **Chinon**.
D'un seul coup, elle a claqué la **Corbière** de la **Banyuls** et elle est partie !
Je me suis retrouvé comme **Macon**. Quoi, me suis-je dit, elle s'est déjà **Sauvignon** avant même que j'aie eu le temps de la **Sauternes**? Mais je vous **Jurançon**, je l'avais dans la **Pauillac**.
En effet, j'étais tellement **Tockay** que j'ai couru après elle dans **Lalande** et les **Chardonnay** pour la rattraper.
Quand on s'est retrouvé et que je l'ai vue devant moi en **Gros-Plant**, je lui ai dit : « Ne fais pas ta **Pomerol** et ne t'en va plus **Gamay** ! »
En pleurant, elle est tombée dans mes bras en **Madiran** : « Ne m'en veux pas, je voulais juste être certaine que ton **Saint–Amour** était vraiment **Sancerre...** »
Depuis, on ne s'est plus **Brouilly**.

Bonne saison estivale et buvez du rosé, c'est bon pour la santé. Mon vigneron me l'a dit.

Robert Labelle
Président
Importations Activin

L'ENDIVE OU LA CHICORÉE DE BRUXELLES ?

Jacques Gouillard, c.c.c.
Chef consultant
Région du grand Montréal

Des premiers froids aux premières chaleurs, d'octobre à mai, la blanche endive aux pointes finement ourlées d'or fait son apparition sur les étals des marchands de légumes. Ses feuilles tendres composent depuis toujours de succulentes salades. Mais l'endive se cuit très bien et prête sa saveur à de nombreux plats cuisinés, en sauce ou gratinés. Elle accompagne harmonieusement la viande, la volaille ou le poisson.

Laissez-vous séduire par ce légume savoureux aux longues feuilles serrées les unes contre les autres, prêtes à charmer un peu, beaucoup, passionnément...

L'origine de l'endive est obscure. Quand et par quel hasard a-t-elle été découverte? Certains soutiennent que l'endive est consommée depuis fort longtemps, alors que d'autres affirment que l'endive que l'on cultive aujourd'hui en Occident aurait été découverte au milieu du XIX^{e} siècle par un cultivateur hollandais cultivant la chicorée à café. Ayant oublié dans sa cave des racines de chicorée, il constata un jour qu'une sorte de tulipe blanche avait poussé sur le côté supérieur des racines. Il en goûta une feuille, et constatant qu'elle avait bon goût, demanda à sa femme de lui trouver une préparation appropriée. Le succès fut immédiat.

Aujourd'hui, l'endive est surtout cultivée en Belgique et expédiée dans le monde entier dans des boîtes de carton tapissées de papier bleu afin que les feuilles ne ternissent pas.

Appelée familièrement chicon en Belgique, l'endive appartient à la famille des composés. L'endive, ou chicorée de Bruxelles, appelée également witloof (witloof signifiant « feuille blanche » en néerlandais) ou encore barbe de bouc, est une variété améliorée de la chicorée de Magdebourg, chicorée sauvage qui pousse un peu partout en Europe, particulièrement aux abords des chemins de fer et des autoroutes. Bien qu'appartenant à la même famille, l'endive belge ne doit pas être confondue avec la chicorée endive, née en Chine et au Japon, dont la culture donne la chicorée frisée et la scarole que l'on prépare en salade.

C'est au mois de mai que l'on ensemence les champs de graines de chicorée. Puis, à l'automne, on récolte les racines que l'on range dans de vastes réfrigérateurs. Les racines entrent alors en période de sommeil. Puis lorsque la demande se fait sentir, les producteurs réveillent un certain nombre de racines en les mettant dans des boîtes de forçage. Pour ce faire, car cette opération se pratique en plein hiver, on a recours à la culture hydroponique, qui ne requiert pas de terre mais une solution aqueuse de nutriments en constante circulation. Pendant cette période, les racines, serrées les uns contre les autres dans leurs boites de forçage, sont enfermées dans une chambre noire dont la température et le degré d'humidité sont contrôlés, de même que l'apport des éléments nutritifs (composés principalement de zinc, de cuivre et de manganèse) qui viendront alimenter ces racines. Les caissons ou boîtes de forçage contenant les racines sont superposés, permettant à l'eau de s'écouler de l'un à l'autre grâce à un trou pratiqué dans chacun d'eux. Cette culture à étages présente l'avantage d'utiliser au maximum l'espace disponible.

C'est au cours de cette période de forçage, qui dure vingt-et-un jours, que l'endive fera son apparition et arrivera à maturité, se nourrissant de la racine de chicorée jusqu'au moment où cette dernière sera complètement vidée de ses éléments nutritifs. C'est l'absence de soleil et, donc, de la lumière nécessaire à la production de chlorophylle, qui engendre la couleur laiteuse que l'on connaît à l'endive.

Au bout de ces trois semaines, l'endive est détachée de la racine de chicorée, devenue inutile, puis enveloppée de papier ciré avant d'être rapidement mise en boîte et immédiatement placée au réfrigérateur. Car elle est très fragile, craignant non seulement la lumière mais également la chaleur.

L'endive est une bonne source de calcium. En revanche, son apport en calories est faible (17 calories par 100 grammes) et elle se digère merveilleusement bien. Les feuilles de chicorée étaient jadis considérées comme étant laxatives, et Claude Galien, médecin grec du début de notre ère, déclarait qu'une infusion d'endives était une « amie du foie ». Enfin, rappelons que les décoctions des racines de la chicorée sauvage étaient utilisées autrefois comme dépuratif du sang.

Vieille recette oubliée

Présentée par le sieur d'Emery en 1639

Bignets d'Italie d'André Doria

Prenez de la farine que vous détremperez en un mortier de marbre, avec du laict chaud, ou pour mieux avec de bon consumé: il faut longtems batre cète pâte toûjours, et enfin autant presque de sucre que de pâte, et batre long-tems; puis à chaque fois que l'on les frit, changer de saindoux en la poële, ils sont délicieux au goût, un verre de farine, et demy fetier de laict boüillant"

Calendrier BRIGADE

AOÛT 2008

13 au 24 août 2008
EXPO QUÉBEC
L'événement marquant la fin de l'été à Québec sur le site d'ExpoCité à Québec
Pour information: www.expoquebec.com

21 au 31 août 2008
MONDIAL GOURMAND
au Parc Jean-Drapeau sur l'Île Notre-Dame
Pour information: www.mondialgourmand.com

SEPTEMBRE 2008

Septembre 2008
LES FÊTES DU 25^{e} ANNIVERSAIRE DE L'ÉCOLE HÔTELIÈRE DES LAURENTIDES sous la direction de M. Laurent Paquin

10 septembre 2008
TOURNOI DE GOLF GASTRONOMIQUE DES *CHEFS DE LA BONNE TABLE*
au Centre de Golf Le Versant de Terrebonne
Pour information, contactez Ghislain Pelletier au 514 984-9650

Le 11 septembre 2008
12^{e} CLASSIQUE DE GOLF MOISSON QUÉBEC
au Club de golf Le Grand Portneuf à Québec
Pour information visitez le www.moissonquebec.com

16 septembre 2008
NOUVELLES SAVEURS DE FRANCE
de 10h00 à 18h00 au Marché Bonsecours dans le Vieux-Montréal. Pour toute information vous pouvez contacter Raisa Fernandez à la Mission Economique de France à Montréal raisa.fernandez@missioneco.org

24 septembre 2008
RENDEZ-VOUS VINS & GASTRONOMIE
En collaboration avec la SAQ
Au profit de l'Association québécoise des allergies alimentaires à l'Hôtel de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) à Montréal
Cocktail : 17 h,
Banquet-dégustations (5 services) : 18 h 30
Tenue de soirée requise
Pour information et inscription : 514-990-2575 # 202

27 au 29 septembre 2008
21^{E} ÉDITION DU SALON COLABOR
au Centre des Congrès de l'Hôtel des Seigneurs de St-Hyacinthe. Pour information: www.colabor.com

OCTOBRE 2008

5-6 Octobre 2008
ETHNIC & SPECIALTY FOOD EXPO/ALL THINGS ORGANIC (TM)
International Centre de Toronto, ON
Pour information visitez le www. thnicandspecialtyfood.com ou encore le www.organicfoodcanada.ca ou contactez Donna Wood, Directrice d'événement : dwood@divcomevents.com
1 888-443-6786 ext. 231

20 Octobre 2008
2^{e} ÉDITION DU NATIONAL CASEUS 2008
sous le thème « Canada, de l'Atlantique au Pacifique »
Présenté à Montréal
Pour information, contactez Yannick Achim, Organisateur national
admin@yannickfromagerie.ca

NOVEMBRE 2008

Du 7 au 9 novembre 2008
SALON PASSION CHOCOLAT
au Palais des Congrès de Montréal
Pour information: www.salonpassionchocolat.com

UN NOUVEAU GRAS SANTÉ ?

Imaginez manger une escalope de veau *milanese* ou *parmigiana* (normalement panée et frite dans l'huile) sans friture, ou un œuf poêlé qui goutte l'œuf à la coque (et non le beurre). Imaginez apprêter des champignons sauvages sans altérer leur goût. Imaginez préparer des légumes en scellant tous les jus et saveurs. Imaginez une pièce de foie de veau qui gonfle à la cuisson, regorgeant de sucs et de saveurs.

Le restaurant **La Buona Forchetta** a pris le virage « Mycryo® », un beurre de cacao qui nous permet d'exécuter des recettes traditionnelles sans l'utilisation du gras traditionnel. Oui : c'est une marque de commerce. Mais Cacao Barry est le seul, à ma connaissance, à l'avoir commercialisé. Et je crois également être le seul restaurant à n'utiliser que le beurre de cacao dans toute sa cuisine. C'est pour cette raison que je vous en parle ici. Et surtout, je vous encourage, vous, les professionnels, à faire de même. Et sachez que je ne pas actionnaire de la compagnie Cacao Barry ! Mais cette découverte est trop importante, elle doit être partagée.

Définition

Le beurre de cacao est une matière grasse noble au goût neutre, 100 % végétal, obtenu par pressage des fèves de cacao torréfiées et broyées. Solide à la température ambiante, il fond à 35 °C.

*Pour en faciliter l'emploi et permettre aux artisans de profiter de ses remarquables propriétés d'isolant et de stabilisant naturel, **Cacao Barry** a imaginé de le transformer en une poudre sèche, dans laquelle les qualités d'origine du beurre sont totalement préservées. Cette transformation en poudre est obtenue par un processus de refroidissement à très basse température : la cryogénisation.*

Caractéristiques

> beurre de cacao réduit en poudre par cryogénisation, 100 % végétal;
> idéal pour les préparations végétariennes;
> ne contient pas de cholestérol;
> ne contient pas d'acide gras trans;
> parfaite sécurité alimentaire;
> stockage tempéré conseillé (12 – 18 °C) : une fois ouvert, il se conserve à la température ambiante;
> DLUO (date limite d'utilisation optimale) : un an;
> *le beurre de cacao Mycryo® a un point de fumée à 200 °C et conservera ses qualités grasses lorsque vous déposerez vos aliments dans la poêle. Ils vont brunir d'une façon extraordinaire, sans attacher ni coller.*

Bénéfices du Mycryo : sain, pratique et excellent!

Une chaleur stable permet de cuisiner plus rapidement :

> *préserve les sucs naturels et l'arôme des ingrédients; retarde la dégradation et l'oxydation des ingrédients; préserve les caractéristiques nutritionnelles.*

Matière grasse noble et désodorisée :

> *n'ajoute aucun goût au plat mais révèle le goût naturel du produit.*

Permet de gagner du temps :

> *avant : prenez de l'avance dans la préparation des mises en place;*
> *pendant : cuisson plus rapide;*
> *après : facilite le nettoyage des ustensiles.*

Pour une meilleure santé :

> *réduit de deux à trois fois la quantité de matière grasse nécessaire et, par conséquent, la teneur en calories;*
> *effet neutre sur le taux de cholestérol.*

Facilité d'utilisation et économique :

> *facile à utiliser et à doser grâce à sa présentation sous forme de poudre.*

(Extrait de www.cacao-barry.com)

Ne pouvant demeurer insensibles devant les avantages pour la santé et pour le goût, nous avons développé des techniques de cuisson, autant pour le panage que pour la cuisson à la poêle ou sur le grill. Nos découvertes ont largement dépassé nos espérances, de sorte que la presque totalité des items au menu sont apprêtés au Mycryo®. Agissant comme scellant, il ne laisse aucun autre goût que celui du produit apprêté, que ce soit des viandes, des volailles, des poissons ou des légumes. Leurs couleurs restent aussi vraies, n'étant pas altérées par l'huile ou le beurre qui les a chauffés et les a fait brunir. Peu importe les légumes que vous apprêtez, que ce soit des oignons ou mêmes des poivrons, la saveur de chaque légume est conservée jusqu'à ce que vous mordiez dedans.

Une pièce de viande saupoudrée de Mycryo® et panée retient ses jus, donc goûte le « bouillon » de la viande et le pain qui entoure la viande. Fini la senteur d'huile, le goût d'huile, le gras d'huile… Même chose pour les volailles et les poissons. Vous pouvez maintenant assaisonner à la toute fin, si vous le désirez, avec votre beurre laitier cru ou huile d'olive crue, comme il se doit…

Nous prévoyons offrir d'ici l'automne prochain, des séances de formation sur l'utilisation du Mycryo®; le seul prérequis indispensable à l'inscription est d'être un(e) passionné(e) de la cuisine. Vous pouvez nous faire part de votre intérêt en nous écrivant à l'adresse suivante : cuisineMYCRYO@videotron.ca

Nous vous aviserons dès que le tout sera mis sur pied. Entre-temps, notre cuisine est ouverte à tous pour venir goûter, profiter et prendre part à cette grande découverte qu'est le Mycryo®. Vous pourrez également vous y procurer notre préparation pour grillades, recette exclusive à La Buona Forchetta.

Robert Petrella, chef-propriétaire
La Buona Forchetta • 2407, avenue du Mont-Royal est, Montréal QC
Tél. : 514 521-6766 • buonaforchetta@videotron.ca

L'HISTOIRE SAVOUREUSE D'UNE RÉGION : LANAUDIÈRE
Michèle Foreman
Éditions Stellaire

Voici *L'histoire savoureuse d'une région : Lanaudière*, le sixième volume de la collection *L'histoire savoureuse d'une région*.
Voici une invitation à emprunter les rangs de campagne de la belle région de Lanaudière. Vous y découvrirez l'abondance, certes, mais vous serez aussi témoin de la magie qui s'opère ici!
Une magie dont les artisans talentueux, producteurs et cuisiniers, font preuve à chaque instant, inspirés par la beauté de la nature et en toute reconnaissance de ses largesses.
Vous y trouverez une agriculture qui se pratique dans un terroir riche, des élevages et des cultures souvent originales, des petits bistros au détour d'une rivière, des foires et des marchés publics, autant d'occasions de rencontrer l'artisan, alors qu'il vous sera permis d'apprécier la diversité et la qualité des bons produits d'ici.
Lanaudière, c'est beaucoup plus encore. C'est le témoignage du respect et de la gratitude que nous exprimons à ces gens qui ont construit leur pays et à ceux que nous allons retrouver aujourd'hui sur leur terre, dans leur champs, leur atelier ou leur vignoble. Saluons leur engagement dans la persévérance et le souci du respect de leurs traditions et de leur patrimoine.
Venez rencontrer les producteurs et les cuisiniers de Lanaudière! Vous en repartirez riche de leur savoir-faire et de leur philosophie.
Les six ouvrages de la collection *L'histoire savoureuse d'une région* vous proposent tout un monde de découvertes savoureuses.

GÉNÉRATION Y
Stéphane Simard, B.A.A.
Viséo Solutions

Confrontée à une **pénurie criante de main-d'œuvre qualifiée**, la survie des établissements d'hôtellerie et de restauration dépend plus que jamais d'employés passionnés, responsables et créatifs. Comment relever ce défi colossal alors que les jeunes de la **génération Y** sont souvent perçus comme infidèles, indépendants et paresseux?
Gestionnaires d'établissements d'hôtellerie et de restauration, découvrez comment créer un milieu de travail vibrant, enrichissant et performant :

- les valeurs qui allument la génération Y;
- les moyens pour attirer plus facilement les jeunes de 18 à 30 ans les plus talentueux dans votre établissement;
- la façon de développer et partager une vision qui suscite passion, émotion et conviction;
- les éléments clés pour provoquer l'engagement.

Profitez de l'expérience de gestionnaires d'entreprises récipiendaires de **prix d'excellence en gestion des ressources humaines** et voyez ce qu'ils font pour se démarquer des autres et attiser l'envie dévorante de se dépasser chez leurs employés de la génération Y.

LES SECRETS DES SAUCES
Jérôme Ferrer
Éditions La Presse

Un contre-filet de boeuf, c'est délicieux. Mais relevé d'une sauce aux baies roses, c'est encore meilleur. Tout comme du dindon nappé d'une huile d'orange aux herbes de Provence ou du merlan au beurre de framboises et épinards. On l'aura compris, avec Jérôme Ferrer, le secret est dans… la sauce. Et les recettes sont dans le nouvel ouvrage que signe le chef aux Éditions La Presse.
Avec plus de 300 recettes, *Les secrets des sauces* n'est pas juste un livre de cuisine mais un livre de cuisinier, un guide pratique plein d'idées et de trucs pour transformer n'importe quel aliment bien cuisiné en expérience gastronomique exceptionnelle. Et ce, qu'il s'agisse d'un menu de fête ou d'un repas improvisé à la dernière minute. À ce titre, la dernière partie de l'ouvrage s'avère une source d'inspiration aussi inédite qu'astucieuse, avec des recettes de sauces à « inventer » à partir des restes du frigo.
Conçue comme une liste d'accords plats-sauces, la première partie propose pour sa part des marinades, des beurres ou des sauces qui feront exploser les saveurs des aliments qu'on préfère. Une vraie mine d'or pour tous les gourmets pour qui chaque jour est un grand jour. Les cuisiniers en herbe ne seront pas en reste avec les recettes des grands classiques que sont, par exemple, la béarnaise ou la hollandaise.

SOCIÉTÉ DES CHEFS, CUISINIERS ET PÂTISSIERS DU QUÉBEC

Daniel St-Pierre
Président national SCCPQ
Téléphone : 514 528-1083
bureau-national@sccpq.ca

Le dernier gala offert par la **Société des chefs du Québec** auquel assistait **M. Laurent Lessard**, ministre de l'*Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec*, marquait aussi le 55e anniversaire de sa fondation. Cette soirée du 18 mai dernier restera mémorable, tant pour le public que pour tous les lauréats honorés en 2008. Je veux profiter de ces quelques lignes pour adresser un gros merci aux organisateurs du Chapitre de Montréal qui nous ont accueillis en grande pompe. Et, mon Dieu, ce fut aussi toute une réussite! Pour ma part, il me fait toujours chaud au cœur de voir nos membres s'impliquer à fond dans de tels événements. Le symbole fort d'une réussite semblable en dit long sur l'implication et le dévouement de chacun, sur l'investissement des efforts individuels au service de la collectivité, dans le but commun de promouvoir notre cause professionnelle. Ces membres-là sont dignes de notre admiration.

M. Laurent Lessard, ministre de l'*Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec* (portant un complet gris, troisième sujet à droite de la photo), est venu célébrer, avec les membres de la *Société des chefs du Québec*, le 55e anniversaire de leur association.

Photo : Pascal kanemy, nota bene* agence design

Au fil du temps, le travail et la ténacité s'unissent. Ils s'accumulent petit à petit, quotidiennement… Et puis tout cela s'amalgame, se solidifie et vient renforcer les regroupements comme le nôtre. 55 ans d'histoire, ça ne se fête pas tous les jours. Au contraire, il aura fallu à la **SCCPQ** que beaucoup de gens travaillent avec acharnement à sa survie et à sa viabilité pour que cette association acquière la force qu'on lui reconnaît maintenant. Une pensée spéciale va donc à tous ces membres, hommes et femmes, cuisiniers et pâtissiers, qui ont répondu à l'urgence de créer la Société des chefs du Québec. N'oublions pas non plus ceux et celles qui, y ayant cru, ont fait en sorte qu'elle soit encore là aujourd'hui. Pour ma part, je me trouve très privilégié d'avoir eu l'honneur de faire partie de cette histoire.

Quand on pense qu'à 55 ans, d'aucuns voient déjà poindre l'âge de la retraite… Soyez sans crainte. À la Société des chefs, ce chiffre fatidique n'est qu'un simple tournant, important certes, mais qui ne fait qu'annoncer un second envol à partir de bases plus solides afin de garantir un avenir meilleur à notre relève. Celle-ci piaffe déjà dans l'attente que la chance lui soit donnée de faire sa propre marque. Au moment où je vous parle, ils sont déjà de solides penseurs en germe, des créateurs culinaires en gestation pour demain. Tantôt ils vont reprendre à leur tour le flambeau et, tout comme nous l'avons fait, véhiculeront ce message que nous nous sommes efforcé de leur transmettre. Espérons qu'eux aussi parviendront à cumuler 55 ans dans cette grande aventure de la gastronomie québécoise.

À la création de notre Société des chefs, je n'étais pas là. Il appert aussi que je n'assisterai pas non plus aux célébrations du 100e anniversaire. Mais au moins suis-je assuré d'une chose : c'est ensemble, avec tous nos problèmes, et avec les solutions que nous amèneront à résoudre ces problèmes, que nous ferons en sorte qu'il y ait *de facto* un centième anniversaire!…

ASSOCIATION DES FOURNISSEURS D'HÔTELS ET RESTAURANTS
Hôtels, restaurants et institutions

AFHR, l'énergie d'un réseau

Victor Francœur
Président et chef de la direction de l'AFHR
www.afhr.com

Je suis heureux d'annoncer que la **Classique de golf des fournisseurs**, édition 2008, se tiendra sous la présidence de **M. Pierre Bibeau**, premier vice-président corporatif aux communications et aux affaires publiques, à Loto-Québec.

Cette activité aura lieu **le mercredi 25 juin 2008**, sur le magnifique parcours du **Club de golf Saint-Raphaël** de l'Île-Bizard, à Montréal.

Une fois de plus, les recettes nettes de ce tournoi seront versées à la **Tablée des Chefs**, un organisme à but non lucratif qui favorise la distribution des surplus alimentaires des établissements de restauration vers les organismes communautaires, afin de lui apporter un soutien financier additionnel pour l'accomplissement de sa mission.

Rappelons que la mission de l'Association des fournisseurs d'hôtels et restaurants (AFHR) est axée sur le développement et les intérêts des fournisseurs de l'industrie de l'hôtellerie, de la restauration et des institutions, et contribue à la croissance économique de ce réseau de près de 45 000 fournisseurs de produits et services au Canada, représentant plus de 47 milliards de dollars à travers le pays.

Par ailleurs, l'AFHR est heureuse d'annoncer que l'organisme québécois **Hôtellerie Champêtre** tiendra sa rencontre biannuelle avec ses membres dans le cadre du **Salon Rendez-vous HRI 2009**, qui se tiendra à la Place Bonaventure de Montréal, les 8, 9 et 10 février 2009.

Mme Sylvie Baril, directrice générale de Hôtellerie Champêtre, a exprimé sa très grande satisfaction quant au déroulement de son activité de l'année dernière durant cet événement de l'AFHR, et elle a confirmé que son organisme sera de nouveau présent cette année, avec la participation de ses 26 membres répartis à travers le Québec.

Vous me voyez enthousiaste face à cette décision de Hôtellerie Champêtre. Cette participation est très importante pour l'AFHR, tant pour la diversité et la représentativité touristique que véhicule cet organisme à travers les régions du Québec, que pour l'industrie des HRI sur l'ensemble du territoire.

Je crois qu'il est bon de souligner le nouveau partenariat entre l'AFHR et le canal **Argent** du réseau TVA, qui mettra à notre disposition des plages horaires pour recevoir les membres de notre belle industrie. De façon particulière, les choix d'entrevue seront dirigés, en priorité, vers les individus et entreprises qui se démarquent, notamment par leur créativité, leur originalité et leur potentiel de développement, que ce soit au Québec ou au Canada. Les émissions mettront également en valeur ceux qui visent l'exportation de leurs produits à l'étranger.

Puisque le canal Argent est présent partout au Québec, il est bien évident que leur intérêt vise l'ensemble du bassin des fournisseurs de notre industrie dans toutes les régions.

LA TABLÉE DES CHEFS

Jean-Francois Archambault
Directeur général et fondateur
La Tablée des Chefs
Tél. : 450 748-1638 • Fax : 450 748-1680
www.tableedeschefs.org

Ouverture officielle de l'Atelier culinaire de la *Tablée des chefs*

Suite à de nombreux mois de travail, nous avons le plaisir de vous annoncer l'ouverture officielle de notre premier atelier culinaire permanent dans le Vieux-Longueuil. En plus d'y offrir de nombreux ateliers culinaires, nous disposerons d'une épicerie fine pour l'achat de produits de qualité et d'articles de cuisine pratiques et utiles.

Cet *atelier culinaire* est d'abord destiné au grand public souhaitant s'initier ou poursuivre son cheminement culinaire. Plusieurs thématiques seront offertes tant pour le cuisinier débutant que pour l'amateur le plus habile. Nous n'avons surtout pas oublié les familles et les enfants car en plus des événements à immortaliser, des fêtes et de nombreuses raisons de célébrer, l'atelier offrira des cours de cuisine pour les jeunes cuistots et les adolescents en quête d'autonomie culinaire. Finalement, si vous désirez partager un souper avec votre conjoint où vous mettrez tous deux la main à la pâte, nous offrirons l'occasion de recevoir vos propres convives à l'atelier comme si c'était votre propre restaurant. Vous déciderez du menu parmi notre vaste sélection, nous fournirons le maître d'hôtel et les serveurs ainsi que les invitations et les aliments. Une belle occasion de recevoir sans sortir votre belle vaisselle !

Nous aurons un volet corporatif qui permettra aux entreprises d'initier des clients à la cuisine avec les meilleurs chefs au québec. Les entreprises du secteur agroalimentaire pourront, de leur côté, organiser des dégustations ou des tests de produits auprès de publics cibles ou encore de clients potentiels.

Enfin, dans une mission communautaire, des ateliers culinaires et de nutrition seront destinés à la communauté moins favorisée de la Montérégie auprès des jeunes, des familles ainsi que des personnes âgées. Des formations pour les cuisiniers des organisations communautaires de la Rive-sud et des ateliers pour les adolescents du Centre jeunesse de la Montérégie figureront également à l'agenda.

En ce qui a trait aux tarifs, chacune des concentrations possède sa propre tarification pour des ateliers d'une durée de une à trois heures. Pour le volet grand public, les ateliers varieront de 40 $ à 150 $ par personne et de 75 $ à 150 $ pour le volet corporatif. Allant dans la philosophie de l'organisation, certes, les ateliers adressés au volet communautaire seront entièrement gratuits.

La **Tablée des chefs** est fière d'ajouter l'atelier culinaire et sa boutique à son volet de transfert de connaissances culinaires auprès de la communauté de Longueuil et de la Montérégie. L'atelier culinaire a officiellement ouvert ses portes le 21 avril dernier.

Surveillez les journaux hebdomadaires et les mensuels de votre quartier pour connaître davantage le calendrier à venir de l'atelier culinaire. Plusieurs chefs ont déjà confirmé leur engagement bénévole pour venir donner des ateliers au grand public. Entre autres : Jérôme Ferrer, Jacques Robert, Alex Loiseau, Patrice Demers et Steve Lemieux.

Tous les chefs intéressés à donner un atelier gratuitement (nous fournissons la matière première) pour venir en aide à la Tablée des chefs et financer la formation culinaire pour les jeunes en milieux défavorisés, peuvent nous contacter à l'adresse suivante :

L'Atelier culinaire de la Tablée des chefs
699, rue Adoncour
Longueuil QC J4G 2M6

Tél. : 450 748-1638
Fax : 450 748-1680
info@tableedeschefs.org

Venez nous rencontrer sur place ou en ligne. La table est mise !

APPUI À LA RELÈVE ET
UNIFORMES TOWN & COUNTRY INC.

Johanne Aude
Présidente fondatrice
jaude@tcuniforms.com

Un bel exemple de relève

Les 23, 24 et 25 avril dernier, se sont tenues à Québec les **Olympiades de la formation professionnelle et technique. Deux élèves du CFP Bel-Avenir**, à Trois-Rivières, se sont qualifiées pour représenter le Québec aux Olympiades canadiennes dans la catégorie secondaire, en cuisine et en pâtisserie, qui ont eu lieu à Calgary, en Alberta, du 25 au 28 mai 2008. Organisées tous les deux ans et inspirées de la formule sportive bien connue, les Olympiades de la formation professionnelle et technique permettent aux jeunes Québécois qui étudient un métier ou une technique de relever le défi de la compétence et de devenir les meilleurs dans leur discipline.
Deux jeunes filles très prometteuses, **Judith Fitze**, en cuisine, entraînée par son professeur, **M. Jacques Lefrançois**, et **Krystel Corrigan**, en pâtisserie, entraînée par son professeur, **M^me^ Geneviève Normandin**, ont été sélectionnées avec honneur. M. Lefrançois et M^me^ Normandin les ont accompagnées lors de leur voyage en Alberta et les ont guidées afin de leur donner les meilleures chances pour qu'elles soient sélectionnées pour la compétition internationale.

Voici les résultats finaux :
Judith Fitze : Argent
Krystel Corrigan : Or

Soulignons que Krystel représentera le Canada aux 40^e^ Mondial des métiers à Calgary, du 2 au 5 septembre 2009. C'est à suivre!

Appui à la relève et les Uniformes Town & Country sont très heureux d'être associés au CFP Bel-Avenir dans tous leurs projets. Tout le personnel enseignant du CFP Bel-Avenir est très dynamique et très impliqué afin de faire participer ses étudiants désireux de performer ou de participer à des concours, qu'ils soient provinciaux, canadiens ou internationaux. Ces professionnels croient en la relève et désirent de tout cœur que leurs étudiants réalisent leurs rêves ou leurs projets.
Bravo à toute l'Équipe du CFP Bel-Avenir. Continuez votre merveilleux travail afin de permettre à des jeunes pleins de talents d'atteindre leurs ambitions.

CONQUEST
SERVICES FINANCIERS

UTILISEZ NOTRE ARGENT ET NON LE VÔTRE!

Jusqu'à
500 000 $ par location

Taux d'approbation de 97 %

- Aucun relevé de compte financier
- Aucune déclaration de revenus
- Aucun plan d'affaires
- Aucun degré de solvabilité parfait
- Aucuns frais d'application

- Expansion de l'entreprise
- Fonds de roulement d'exploitation
- Achat d'équipement
- Rénovation ou réaménagement
- Honoraires et droits professionnels
- Inventaire supplémentaire
- Urgences/Imprévus
- Rachat d'entreprise
- Fonds général
- Publicité

- 24 à 48 heurs pour approbation
- Placement de 7 à 10 jours ouvrables
- Aucun paiement fixe : vous payez quand vous êtes payé
- Procédé d'application simple
- Source continue de capital
- Vous devez accepter Visa, MasterCard ou la carte débit pour être admissible.

Conquest Financial Services, 885 Don Mills Rd., 3rd Floor, Toronto, ON., M3C 1V9
National: 1 (877) 505.9383 / Fax: 1 (877) 298.5045
www.conquest-financial.ca

DÉCOUVREZ LE TOUT NOUVEAU MODÈLE D'ALCOOTEST NUMÉRIQUE PRÉCISION

Le modèle Précision est le nec plus ultra des alcootests disponibles sur le marché :
› Fiable et précis
› Affichage numérique du résultat, facilement interprétable
› Détection rapide de la présence de l'alcool
› Comprend également : 5 pièces buccales interchangeables, étui protecteur, manuel d'utilisation, guide de démarrage rapide
› Garantie de 6 mois.

Cadeau corporatif idéal
› Tirage
› Tournoi de golf
› Party de noël
› Excellent cadeau pour tous les gens d'affaires

Un appareil utile qui sera grandement apprécié par vos clients ! L'alcootest Précision s'avère un outil de prévention indispensable compte tenu des nouvelles lois proposées. Évitez les sanctions très sévères reliées à l'alcool au volant. Soyez prévoyant et responsable. Soufflez pour une bonne cause: VOTRE VIE ET CELLE DES AUTRES.
www.alcotestquebec.com

MICROPOUSSES VERTIGO

Les micropousses **Vertigo** sont cultivées en serre de façon écologique à partir de semences de légumes originaux et distinctifs: roquette (arugula), chou-rave, betterave, moutarde, tatsoi en sont quelques exemples. Elles sont cultivées en terreau et récoltées après seulement quelques semaines de croissance. Le peu de temps de croissance confère à ces jeunes pousses une saveur prononcée unique puisqu'elles contiennent l'essence même de la plante. Elles se distinguent également par leurs couleurs distinctive et leur fraîcheur unique. Ainsi, les micropousses sauront rehausser toute création culinaire.
Vertigo développe, cultive et commercialise plus de 15 variétés de micropousses de légumes et de fines herbes. Certaines micropousses sont également offertes sous forme de mélanges (ex.: Saveurs de Méditerranée). Elle sont disponibles à l'année.
Actuellement vendues principalement aux chefs des restaurants via les principaux distributeurs de fruits et légumes, celles-ci sont également disponible en ligne au **www.vertigo.ca**

TRAEX® INTRODUIT SONT NOUVEAU REFROIDISSEUR D'ALIMENTS QUIK-KOOL®

Traex®, une division de **Libbey** et fournisseur de marque en équipement de laverie et articles pour l'industrie de l'alimentation, est fière d'introduire le nouveau **Quik-Kool®** refroidisseur d'aliments à sa ligne d'équipements de préparation alimentaire.Le nouveau design permet de refroidir les plats chaud rapidement, facilement et de façon sécuritaire pour la réfrigération.
Traex® répond à la demande croissante concernant la sécurité alimentaire avec le nouveau refroidisseur d'aliments Quik-Kool®. Conçu en polycarbonate durable, il est muni d'une mesure de précision et d'un crochet pour le suspendre moulé à même le contenant, un bouchon relié à l'embouchure, une poignée de côté ergonomique et une embouchure large pour un remplissage facile. Disponible en format de 2 ou 4 litres, Quik-Kool® refroidit les aliments rapidement, prévenant ainsi la formation de bactéries et d'autres germes permettant à la nourriture chaude d'être réfrigérée sécuritairement. Il est lavable au lave-vaisselle et est approuvé par la NSF.

Pour plus d'information : **new.libbey.com** ou le **www.libbey.com**

LES MÉLANGES ESPRESSO AGGA

Le métier de torréfacteur est un art.
Savoir choisir les cafés verts qui deviendront un excellent mélange pour espresso exige une rigueur sans compromis. Cependant, là où la science de l'expert en cafés verts s'exprime, c'est lorsqu'il doit substituer un café spécifique pour un autre sans modifier le goût original de sa recette.
Un de nos distributeurs nous a demandé de créer trois mélanges espresso exceptionnels en ne tenant pas compte du prix des cafés. Il voulait des produits capables de surpasser tout ce qui se trouve sur le marché des espressos importés d'Europe. Nous avons relevé le défi et avons acheté des cafés très rares dans le but d'atteindre un raffinement sans précédent en matière d'espresso. Tous les mélanges sont disponibles en grains ou moulus espresso.
www.cafeagga.com

ESPRESSO FORTE
Torréfaction noire. Onctueux, une noblesse dans l'amertume, comme un chocolat d'une exquise finesse, il a été conçu pour les amateurs de café latte et de cappuccino.

ESPRESSO MEDIO
Torréfaction marron clair. Les connaisseurs reconnaîtront la présence du Java Estate, un cru d'Indonésie intense, long en bouche et complexe. Un brin de Yemen moka Matari apporte sa note de noix.

ESPRESSO LEGGERO
Torréfaction dite robe de moine. D'un raffinement singulier, le crema est dense, un léger goût de caramel persiste en bouche longtemps après la dernière gorgée.

JURA POUR LE PLAISIR DU CAFÉ

ENA 3

IMPRESSA J5

IMPRESSA C9

La société suisse **JURA Elektroapparate AG**, l'un des premiers fabricants mondiaux de machines à café entièrement automatiques est fière de présenter trois de ses modèles haut de gamme à usage domestique et au design exclusif : l'**Impressa J5**, déjà sur le marché, l'**Impressa C9**, offerte cet été, et la nouvelle ligne **ENA** (offerte en trois modèles), en vente dès novembre prochain. En plus de ses appareils pour la maison, JURA présente aussi trois de ses modèles à usage commercial : l'**Impressa X9**, l'**Impressa XS90** et l'**Impressa XF50**. Un nouvel accessoire, le refroidisseur de lait Cool Control, fait également partie des primeurs annoncées par JURA.
Des cafés vite faits, bien faits.
Les machines JURA simplifient la préparation de cafés exceptionnels, car tout – la mouture, le tassage, l'infusion et le nettoyage – se fait de façon automatique en moins de 60 secondes. Elles préparent parfaitement les cafés de spécialité et s'adaptent à tous les goûts : espresso régulier et allongé, cappuccino, latte, etc. Il n'y a jamais de perte de café – pas de café préemballé ni de sachets coûteux! –, chaque tasse étant dosée à la commande. Le café préparé avec les grains désirés sous une pression élevée révèle une saveur et un arôme plus intenses, sans amertume. | **www.jura.com**

CET ÉTÉ, OÙ QUE VOUS SOYEZ, PASSEZ À TABLE AVEC LES SENTIERS GASTRONOMES

Festoyez où que vous soyez
Vos activités d'entreprise ou d'organisme de plein air vous mènent hors des sentiers battus ? Qu'à cela ne tienne, **les sentiers gastronomes** vous invitent à passer à table... même quand il n'y en a pas.
Dirigés de main de maître par le chef **François Paré**, les sentiers gastronomes vous proposent des menus gourmands à base de produits fins du terroir québécois.

Laissez venir le festin
Que vous soyez au sommet de l'Acropole des Draveurs, dans les campagnes bucoliques de l'Estrie, ou encore dans un refuge entouré de neige blanche, le chef François s'y rendra avec son butin.
Différentes formules vous sont proposées: barbecue, méchoui, cocktail, buffet, plats cuisinés au menu 7 services.
Ils offrent aux groupes de 10 à 50 personnes des menus adaptés en fonction du lieu, de l'équipement, de la saison... et de l'humeur.
www.lessentiersgastronomes.com

Actualités BRIGADE

DES CHEFS CUISINENT POUR LES ENFANTS

Le vendredi 14 mars dernier, 13 grands chefs cuisiniers s'affairaient depuis 8 heures dans les cuisines du **club de golf de Saint-Hyacinthe**. Leur défi était de servir un souper gastronomique comprenant sept services à 310 personnes. Une mission accomplie pour ces 13 fines lames de la gastronomie du Québec qui ont été accueillies, après le repas, sous un tonnerre d'applaudissements. Orchestré par **Patrick Gérome**, chef exécutif de l'auberge **Le Baluchon** de Saint Paulin, il était assisté par : **Alain Pénot**, de l'**Auberge du Lac St Pierre**, **Richard Marquis**, du restaurant l'**Espiègle**, de Saint Hyacinthe, **Mathieu Bonin**, du club de golf de Saint Hyacinthe, **Diane Côté**, du club de golf **Bellevue** à Léry, **Jacques Gouillard**, chef conseil et chroniqueur pour *Brigade*, **François Pellerin**, du **Fouquet Fourchette** à Chambly, **Stéphane Hubert**, de l'**Auberge Godefroy**, **Sébastien Paré**, de Crewcall, **Jacques Deperriaux**, président du chapitre de la Montérégie, **Mario Julien**, du club de golf **Le Mirage**, **Philippe Beaudoin**, du restaurant V**in et Fourchette**, de Saint Hyacinthe, et **Frédéric Chapuis**, de **Fred et Lys**.

Ce cadre de financement avait pour but d'aider les enfants à compléter leurs boîtes à lunch. Le second objectif était d'éduquer les enfants à une alimentation équilibrée et saine.

Après avoir comptabilisé tous les frais, une coquette somme de 60 545 $ a été amassée, ce qui permettra de nourrir et d'éduquer 120 enfants, a annoncé avec enthousiasme **M^me^ Belda**, initiatrice du projet.

UN ÉTUDIANT DU COLLÈGE MÉRICI RAFLE DEUX PRIX CULINAIRES

Junior Therriault, étudiant du Collège Mérici en gestion d'un établissement de restauration, a raflé récemment deux prix culinaires le qualifiant pour un stage chez le grand chef français Michel Bras. Le futur chef a en effet terminé 3^e^ au concours de cuisine de la relève de la Fondation Serge-Bruyère, et 4^e^ au concours culinaire européen *Maurice des Ombiaux*.

« Je suis fier d'avoir eu la chance de participer à de tels concours et d'avoir ainsi pu me démarquer dans un contexte de compétition », a affirmé l'étudiant originaire de St-Augustin de Desmaures.

Le concours de cuisine de la relève de la **Fondation Serge-Bruyère** s'est en effet déroulé le 8 mars dernier et a récompensé ses lauréats en leur attribuant des bourses totalisant 2 000 $.

Le concours culinaire européen **Maurice des Ombiaux**, tenu le 25 avril dernier à Namur en Belgique, évaluait pour sa part des candidats de diverses écoles européennes, britanniques, néerlandaises, belges, suédoises et canadiennes. Michel Bras, dont l'établissement est classé 6^e^ au monde dans le guide *Relais & Châteaux* est considéré comme parmi les plus grands chefs à l'échelle mondiale.

Le Collège Mérici est un établissement d'enseignement collégial privé subventionné. Situé à Québec, son campus accueille plus de 1200 étudiants à l'enseignement régulier et en formation continue. Il est réputé pour offrir une formation de qualité dans des programmes préuniversitaires et techniques, dont certains sont exclusifs.

Quoi de plus satisfaisant dans la vie d'un transformateur alimentaire que d'être sélectionné par ses pairs pour un produit de tendance et d'innovation au SIAL 2008.

L'équipe de la **Maison du Gibier** a développé une gamme de saucisses entièrement cuites sous vide et vendues en comptoir réfrigéré. La cuisson sous vide permet de conserver toutes les saveurs et offre aux consommateurs un produit extrêmement goûteux, savoureux et moelleux étant donné que tous les sucs de la viande sont emprisonnés à l'intérieur de la saucisse.

Les paquets de trois saucisses (380g) sont idéaux pour les consommateurs d'aujourd'hui, soucieux de leur bonne alimentation. Prêt en 10 minutes à la poêle ou au BBQ. Faciles à préparer autant en semaine que pour une dégustation entre amis, nos saucisses savoureuses plairont aux plus fins palais.

Les saveurs disponibles :

- Faisan et porc aux Pommes et Tomates séchées au soleil
- Pintade et porc au vieux Cheddar et Asperges
- Cerf et porc aux Poivrons rouges et Moutarde de Dijon
- Poulet de Grain Fajitas
- Poulet de Grain aux Coeurs d'artichauts et Ciboulettes
- Merguez 100 % Agneau du Québec

Pour la saison estivale, nous offrirons aussi différents autres produits spécialisés. Il y aura trois variétés de médaillons marinés conçus spécialement pour le BBQ. Sur chaque emballage vous trouverez un guide de cuisson qui permettra aux consommateurs de déguster un produit d'une tendreté exceptionnelle. De plus, cinq saveurs de burgers assaisonnés seront aussi disponibles au rayon des surgelés. Ils seront disponible en paquet de 2 portions de 100g.

Médaillons Marinés
• Bison Champignons et Romarin
• Cerf Canneberges et Noisettes
• Cerf Pesto et Fleurs d'ail

Burgers Assaisonnés
• Agneau style merguez
• Autruche Salsa & fromage
• Bison Dijonnaise
• Cerf Champignon
• Sanglier Fines Herbes

Dans un contexte où les consommateurs actuels sont eux-mêmes innovants au niveau du goût et des produits santé, La Maison du Gibier se doit d'être un chef de file et d'offrir le plus haut standard de qualité pour satisfaire les plus exigeants.

LE TEMPS DES SUCRES AU JAPON

Le 26 mars dernier, s'est tenu le grand rendez-vous annuel de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec. L'événement s'est déroulé au Pavillon japonais du Jardin botanique de Montréal, emplacement judicieux qui correspondait bien au thème principal de la soirée. Il visait à lancer la deuxième édition de **La Route de l'érable**, maintenant établie dans les vingt régions touristiques du Québec. Elle comprend plusieurs restos qu offrent constamment à leur menu un plat à l'érable. La Fédération a profité de l'occasion pour souligner le succès de cette troisième édition du

« Temps des sucres au Japon », à laquelle ont participé plusieurs chefs et pâtissiers renommés, dont **Roland del Monte**, Meilleur Ouvrier de France, et **Jérôme Ferrer**, chef au restaurant **Europea**. Plusieurs chefs d'ici et d'ailleurs sont au Japon pour promouvoir le sirop d'érable, dont **Yvan Lebrun**, chef-propriétaire du resto **L'Initiale**, à Québec.

Grâce a leur travail, qui comprenait notamment la concoction de plusieurs repas a base de produits de l'érable destinés aux journalistes et aux consommateurs japonais ainsi qu'à des représentants de la filière commerciale japonaise des produits de l'érable, les produits de l'érable du Canada ont suscité un intérêt considérable au Japon cette année. L'ascension de sirop d'érable ne se limite d'ailleurs pas au Japon, apparemment. **Serge Beaulieu**, nouveau président de la Fédération, a fait mention, entre autres, des ventes croissantes des produits dérivés de l'érable à l'échelle mondiale et provinciale, d'une augmentation de leur capacité de production et d'un avenir prometteur. Une histoire à suivre.

Olivier Pratte

BANC D'ESSAI DE PRODUITS RÉGIONAUX ET SOUPER GASTRONOMIQUE AUX SAVEURS DE LA RÉGION DE LA CAPITALE-NATIONALE

La 5^e^ édition du banc d'essai et du souper gastronomique de la région de la Capitale-Nationale a attiré près d'une **centaine de convives**. Cette activité est désormais un événement attendu tant par les chefs que par les producteurs agroalimentaires de la région. De la complicité développée au fil des activités de maillage entre ces acteurs résulte de **savoureuses créations**.

Depuis plusieurs années, le Conseil de l'agriculture et de l'agroalimentaire pour le développement de la région de Québec (CAADRQ) en collaboration avec le chapitre de Québec de la Société des chefs, cuisiniers et pâtissiers du Québec (SCCPQ) et Fierbourg, Centre de formation professionnelle organise un banc d'essai gastronomique unique en son genre. Débutant à l'automne, le projet consiste à bâtir des **petites équipes composées d'un chef, de quelques producteurs et de deux ou trois élèves de cuisine**. Chacune de ces équipes a pour défi de créer une recette originale composée principalement de nouveaux produits développés dans la région. Le tout présenté lors d'un souper gastronomique.

28 entreprises de la région ont donc été mises en valeur lors de ce souper six services créé par cinq jeunes chefs de la région de la Capitale-Nationale et leur brigade d'élèves. Les chefs pour l'édition de 2008 sont : **M. Sébastien Turgeon**, du **Québec Inn, M. Frédéric Boulay**, du **Saint-Amour, M. Gaétan Bernard**, du **Paillard Café-boulangerie, M. Mario Chabot**, de **l'Auberge des 3 canards**, et **M. Simon Renaud**, du **Château Mont-Sainte-Anne.**

Traditions certes, mais également innovation. Pour cette cinquième édition, **une place de choix a été réservée aux bières artisanales** qui ont accompagné chacun des plats. Les chefs ont eu l'embarras du choix, nos maîtres brasseurs ayant développé toute une gamme de bières. Également au menu cette année, le nouveau fromage l'**Hercule**, de la Laiterie Charlevoix et les deux fromages de la nouvelle Fromagerie des Grondines.

Espérons que ces produits mis en valeur par nos restaurateurs trouveront leur place sous peu dans nos propres cuisines et gageons que l'engouement actuel pour l'achat local contribuera très certainement à les y amener. **Les recettes sont maintenant disponibles sur le site internet : www.parcoursgourmand.com**

Nous remercions nos partenaires grâce à qui cet événement a été rendu possible : la Conférence régionale des élus de la Capitale-Nationale et Emploi-Québec.

QUÉBEC EST GOURMANDE !

Quatre chefs de renommée mondiale visitent Québec afin de célébrer son héritage culinaire

Au cours de l'été 2008, l'événement **Québec Gourmande** présentera un **rendez-vous** gastronomique qui célèbre l'héritage culinaire de la ville de Québec et l'excellence de ses chefs. La venue de quatre des meilleurs chefs au monde vise à créer une synergie entre nos talents locaux et les grands maîtres culinaires

de notre ère. En plus de préparer un repas gastronomique dans un restaurant réputé de la vieille capitale, chaque chef invité aura l'occasion de rencontrer les chefs locaux et d'échanger avec eux afin de créer des liens. Ainsi, **Jean-Georges Vongeritchen** (Jean-Georges, NYC) se joindra au chef **Jean Soulard** du Fairmont Le Château Frontenac le 19 juillet; **Rob Feenie** des restaurants Cactus de Vancouver travaillera avec **Jean-Luc et Frédéric Boulay** du Saint-Amour avec la collaboration de l'Hôtel 71 le 7 d'août; **Thomas Keller** du The French Laundry, Napa Valley et sa brigade du Per Se (à New York City) feront équipe avec le chef **François Blais** du Panache de l'Auberge St-Antoine le 30 août; et pour boucler la première édition de Québec Gourmande, c'est nul autre que **Normand Laprise** et son équipe du Toqué! qui prépareront un grand repas avec **Yvan Lebrun** de l'Initiale le 7 septembre, aussi en collaboration avec l'Hôtel 71. On note que chaque chef invité à l'édition 2008 est à la tête d'un établissement Cinq Diamants CAA-AAA, soit la cote la plus élevée.

Pour de l'information ou pour réserver votre place à l'un ou l'autre de ces événements : www.quebecgourmande.com.

NOUVELLES SAVEURS DE FRANCE 2008 À MONTRÉAL LE 16 SEPTEMBRE

La **Mission Économique de France** à Montréal, avec le soutien d'**Ubifrance**, l'agence française pour le développement international des entreprises, et la collaboration des membres de l'Association de fournisseurs d'hôtels et restaurants (AFHR), lance la troisième édition de l'événement **Nouvelles Saveurs de France,** qui se tiendra le 16 septembre 2008 de 10 h 00 à 18 h 00 au **Marché Bonsecours**, dans le Vieux - Montréal.

Nouvelles Saveurs de France consiste à présenter aux professionnels québécois du secteur des produits alimentaires français récemment introduits sur le marché canadien et québécois, sous forme d'une mini exposition, assortie d'une dégustation des produits présentés.

Les professionnels du monde agroalimentaire québécois, restaurateurs, chefs et acheteurs sont invités à ce rendez-vous gourmand afin de découvrir les nouvelles tendances françaises.

Les produits seront présentés au cours de séances de dégustation, à la fois sur les stands, et à travers les créations de **Denise Cornellier Traiteur**.

Formée en France chez le traiteur de luxe **Saint Clair** et la **Maison Lenôtre** à Paris, Denise Cornellier commentera les bouchées créées à partir des ingrédients des exposants, idéalement conçues pour éveiller vos sens avec raffinement.

Nouvelles saveurs de France se veut un parcours et une expérience gustative uniques, placés sous le signe de la déçouverte et de l'innovation.

Pour toute information vous pouvez contacter **Raisa Fernandez** à la Mission Économique de France à Montréal : raisa.fernandez@missioneco.org

Sur invitation. Evénement corporatif réservé aux professionnels du monde agroalimentaire. À inscrire à vos agendas.

CONCOURS « GAGNEZ EN SÉCURITÉ! » :

Prévenir les accidents du travail chez les jeunes travailleurs du secteur de la restauration

Dans le cadre de son programme de prévention des accidents du travail, **l'Association des restaurateurs du Québec** (ARQ) a lancé le concours « Gagnez en sécurité! », qui se déroule depuis le 18 mai, jusqu'au 19 juillet 2008. S'adressant aux jeunes âgés de 18 à 25 ans qui travaillent ou étudient dans le domaine de la restauration, ce concours vise à les conscientiser aux risques inhérents à leur travail pour ainsi, favoriser l'adoption de comportements et de méthodes de travail sécuritaires.

Pour participer, les jeunes devront répondre correctement à un jeu-questionnaire portant sur la santé et sécurité au travail dans un restaurant, qui a été mis en ligne le 18 mai sur le site de l'ARQ : www.restaurateurs.ca. La location d'une voiture pour six mois ainsi qu'un forfait saut en parachute pour deux personnes sont notamment offerts en prix.

HOMARD FRAIS DU QUÉBEC

La saison de la pêche est lancée, le homard des Îles-de-la Madeleine et de la Gaspésie arrive en grande pompe. Profitez-en, ce crustacé est frais comme jamais!

Au début de mai, l'industrie du homard du Québec a lancé la nouvelle appellation **Homard du Québec**, qui regroupe sous un même logo les homards provenant des Îles-de-la-Madeleine et de la Gaspésie. « Dorénavant, les Québécois pourront s'assurer d'acheter le meilleur homard en choisissant ceux dont les pinces sont fermées par un élastique blanc avec le logo Aliments du Québec. Le logo est imprimé sur les élastiques qui sont installés sur les pinces de ce fameux crustacé québécois, permettant ainsi de le distinguer de ceux en provenance de l'extérieur du Québec », a expliqué **Jean-Paul Gagné**, président de la Table des pêches maritimes du Québec et directeur général de l'Association québécoise de l'industrie de la pêche (AQIP).

Une initiative qui trouve un appui de taille en **Normand Laprise**, chef et copropriétaire du **Toqué!** Au moment de l'annonce, il revenait tout juste d'un séjour aux Îles-de-la-Madeleine, où il a pu se familiariser de plus près avec la pêche et la façon dont les instances locales s'y prennent pour ne pas détruire à jamais les fonds marins.

Tout au long de la saison de pêche, le Toqué! ainsi que plusieurs autres établissements, dont **Le Vauvert**, le **Restaurant Christophe** et **Chez Lévêque**, à Montréal, s'appliqueront à élaborer de nouvelles recettes faites à partir du homard. Ne tardez pas à vous délecter! La saison du homard se termine en juillet.

Pour plus d'information : www.homarddu-quebec.com

Olivier Pratte

Quand le bureau fait rimer bonne assiette et belle planète!

***Avec plaisirs* devient le premier traiteur à allier santé, efficacité et environnement**

Est-il possible d'allier santé, efficacité et protection de l'environnement en mangeant au bureau? Après des mois de recherche, le traiteur montréalais *Avec plaisirs* est devenu le premier à répondre Oui! à cette question, en proposant une nouvelle approche intégrée du concept de repas au bureau.

Les ingrédients de cette nouvelle approche? Une collaboration étroite avec une docteure en nutrition aguerrie, **Isabelle Huot**; une boîte à lunch biodégradable à 100 %, ce qui constitue une première dans l'industrie; et la compagnie de menus saisonniers, synonyme d'une plus grande diversité de plats tout au long de l'année.

Photos : Daniel Desmarais

Une formule aux multiples avantages

« Ce que nous proposons, c'est de transporter les plaisirs de la table au bureau, le rythme de la vie en entreprise faisant souvent en sorte que les gens sont appelés à y prendre un repas dans le cadre d'une réunion ou à l'occasion d'une activité sociale. Notre formule permet donc aux entreprises d'offrir à leurs employés des menus aux qualités gustatives et nutritionnelles supérieures, de gagner en efficacité en évitant des déplacements à l'extérieur et, avantage non négligeable, de préserver la confidentialité de dossier dont il est parfois délicat de discuter dans un endroit public. De plus, les caractéristiques de nos nouveaux emballages permettent à nos clients de participer avec nous à la protection de l'environnement », explique le directeur général de *Avec plaisirs*, **M. David Carrier**.

Isabelle Huot: une docteure en nutrition aux fourneaux!

Parce que la santé et le mieux-être sont devenus des préoccupations de premier plan, *Avec plaisirs* a décidé d'offrir à sa clientèle un menu aux qualités nutritives exceptionnelles. C'est ainsi que le traiteur a invité la nutritionniste et docteure en nutrition Isabelle Huot à se pencher sur ces différents menus. Résultats: tous les plats offerts aux clients de *Avec plaisirs* sont composés d'ingrédients frais, au maximum de leur potentiel vitaminique et totalement exempts de gras trans issus d'huile hydrogénée ou de shortening.

Le premier traiteur à proposer une solution Zéro déchet

Avec plaisirs devient aussi le premier traiteur au Québec à proposer à ses clients une boîte à lunch compostable et recyclable à 100 % (*Zéro déchet*), grâce à sa collaboration avec P**ierre Morency**, de la société sherbrookoise **Nova Envirocom**, une firme spécialisée dans l'aide à l'implantation de programmes environnementaux destinés à solutionner les problématiques reliées aux matières résiduelles.

Le fruit de cette collaboration innovatrice impressionne. Ainsi, tous les ustensiles, de même que tous les contenants inclus dans la boîte à lunch livrée chez les clients de *Avec plaisirs* sont entièrement compostables. Faite de carton recyclé et imprimée avec de l'encre végétale, la superbe boîte à lunch conçue par le traiteur montréalais est, pour sa part, recyclable à 100 %.

« Les repas en format individuel sont prisés par les clients corporatifs parce qu'il s'agit d'une formule facile à gérer. À ce côté pratique, nous ajouterons un avantage additionnel, puisque la nouvelle boîte à lunch premet de réduire l'empreinte écologique du produit en passant du plastique à la pomme de terre et au maïs! »

PLUS DE 250 FAÇONS DE PROFITER À PLEIN DE L'ÉTÉ

Cet été, la marque *le Choix du Président* surprend encore une fois les fins palais en leur offrant plus de 250 façons de profiter à plein de l'été... Tous les gourmets, gourmands et épicuriens sont invités à surveiller l'arrivée d'une multitude de nouveaux produits, tous aussi savoureux les uns que les autres, dans un Provigo, un Maxi, un Maxi & Cie ou un Loblaws situé tout près de chez eux. Assurément, c'est tout un monde de *Trouvailles* qui s'offre aux consommateurs des quatre coins du Québec! Un simple clic sur **www.pc.ca** suffit pour en être convaincu.

Pour que son indéfectible clientèle puisse profiter pleinement de l'été, l'équipe responsable de la marque *le Choix du Président* est fière de lui offrir des nouveautés qui lui feront plaisir et lui permettront de se régaler de plats des quatre coins du monde en toute simplicité ! Qu'on pense aux populaires rôtisseries portugaises *churrasqueira* avec leur poulet grillé assaisonné avec soin de piri piri et qu'on peut maintenant cuisiner facilement chez soi grâce à la nouvelle sauce *SOUVENIRS du Portugal*. Ou encore aux grillades à la façon coréenne préparées en un tour de main grâce à la nouvelle sauce *SOUVENIRS des grillades coréennes* **:** il n'y a qu'à déposer la viande dans cette sauce qui la pénètre en quelques minutes puis à la cuire sur le gril pour déguster un *galbi* aussi savoureux que ceux des restos coréens renommés ! Comme on apprécie les saveurs du monde, en attendant que le barbecue soit à la bonne température, on en profite pour goûter *l'hummus épicé*, le *guacamole bien assaisonné* ou la *trempette ranch aux chipotles* qui sauront relever la saveur des légumes frais ou celle des croustilles à saveur de jalapeno ou de piment habanero.

Et voilà le barbecue bien chaud. Il n'attend que vos nouvelles grillades *le Choix du Président*. Parmi les nouveautés offertes, on invite la clientèle à déguster le succulent **Burger de boeuf maigre Angus Menu Bleu Épais et juteux** qui contient 55 % moins de gras et 40 % moins de calories que les burgers de boeuf Angus Épais et juteux. Coup de coeur assuré

pour ce choix judicieux qui fera craquer tous ceux et celles qui exigent le goût sans pareil d'une viande Angus bien grillée.

L'été donne soif et comme la mangue est reconnue comme la reine des fruits, notamment en Asie, l'équipe *le Choix du Président* a créé le tout premier produit fait à 100 % de purée de mangue avec du jus d'orange, le **Mélange mangue orange 100 % purée et jus** dans lequel on a mis le plus de mangues possible pour en savourer un petit morceau à chaque gorgée. Et comme les litchis font fureur en ce moment, l'équipe a pensé offrir un **Soda pétillant aux litchis** délicieusement différent des autres boissons. Laissez aller votre esprit créatif et préparez un nouveau cocktail branché en combinant notamment la saveur des litchis à celle de la lime fraîche et de la tequila bien glacée.

Ce premier aperçu vous plaît ? Venez faire un tour sur le site **www.pc.ca**. Vous y découvrirez toutes les Trouvailles *le Choix du Président* accompagnées de recettes et d'idées-repas pour recevoir au jardin ou sur le bord de la piscine, des recettes faciles à préparer pour profiter à plein de l'été !

De gauche à droite :
Fritz Kaiser, Daniel Allard, Françoise Kayler et Sœur Angèle.

VISITE DE LA FROMAGERIE KAISER

Le 28 mai dernier, par une belle journée ensoleillée, **Fritz Kaiser**, propriétaire de la **Fromagerie Kaiser**, et **Daniel Allard**, président de **Fromages CDA**, ont convié les médias à une rencontre amicale pour visiter la nouvelle fromagerie Kaiser, complètement rénovée. *Brigade* y était! Nous avons pu voir comment étaient fabriqués, de manière tout à fait artisanale, les nombreux fromages de la maison, dont le **Sœur Angèle**, nommé ainsi en l'honneur de notre célèbre chroniqueuse, tout en assistant à la remise d'un chèque de 10 000 $ destiné à la **Fondation Dignité Jeunesse**, que Soeur Angèle a mise sur pied.

LE BISTRO DU CHÂTEAU MONT-SAINTE-ANNE : GRAND PRIX DE RESTAURATION

Le **Bistro du Château Mont-Sainte-Anne** vient de remporter le grand prix décerné au meilleur restaurant de Québec dans le cadre des **Grands prix du tourisme québécois 2008**, région de Québec. « Nous sommes vraiment très fiers de nous être démarqués de façon aussi importante, a déclaré le chef **Simon Renaud,** de l'hôtel de villégiature de Beaupré. Nous avons mis beaucoup d'efforts et de créativité pour renouveler complètement la gastronomie au Château Mont-Sainte-Anne et cette reconnaissance nous confirme que nous sommes sur la bonne voie. »
Le Bistro avait déjà obtenu la certification *Tables aux saveurs du terroir*, le tout nouveau label de qualité que seuls les restaurateurs offrant un service de restauration certifié par la **Fédération des Agricotours du Québec** ont le droit d'utiliser. Ce label de qualité n'est accordé qu'aux meilleures tables régionales ou aux meilleurs restaurants mettant en valeur la cuisine et les produits des régions du Québec.

CERTIFICATION « CONTRÔLE ALLERGÈNE CERTIFIÉ » POUR LES ALIMENTS ANGE-GARDIEN

Le 4 juin dernier, à l'occasion d'un cocktail dînatoire, **Julie La Rochelle**, la présidente de l'entreprise **Les Aliments Ange-Gardien**, en collaboration avec l'Association québécoise des allergies alimentaires, a annoncé son obtention d'une certification unique au monde : le programme **Contrôle allergène certifié**.
Véritable pionnière dans le domaine, l'entreprise est la toute première à obtenir cette certification pour les quatre allergènes visés par le programme, soit les arachides, les amandes, les œufs et le lait. C'est d'ailleurs le seul sceau de confiormité qui a reçu l'appui et la contribution de **Santé Canada** pour les produits sécuritaires répondant aux besoins des personnes allergiques.

LANCEMENT DE FICHES-RECETTES AUX SAVEURS DE LA MONTÉRÉGIE

La Direction régionale de la Montérégie-Est du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et ses partenaires, ont convié les médias, le 1er mai dernier, au lancement de quatre fiches-recettes mettant chacune en vedette un aliment cultivé dans la région. L'activité s'est tenue à l'occasion du cocktail qui précédait le souper gastronomique **Les Becs fins,** organisé par le **Centre de formation professionnelle Jacques-Rousseau**, situé à Longueuil.
Les aliments mis en valeur sont les asperges vertes, les bleuets en corymbe, les courges stripettis et spaghettis ainsi que les tomates Heirloom. Il s'agit de cultures soit nouvelles ou moins bien connues dans la région, pour lesquelles les productrices et les producteurs déploient des efforts exceptionnels sur le plan agroenvironnemental en vue d'offrir des aliments de grande qualité.

TERROIR ET SAVOIR RÉUNIS

Les partenaires de **Terroir & Savoir**, soit la Direction régionale de la Capitale-Nationale du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), des productrices et des producteurs de la région, l'Institut des nutraceutiques et des aliments fonctionnels (INAF) de l'Université Laval ainsi que Fierbourg Centre de formation professionnelle, ont procédé au lancement de quatre fiches-recettes qui valorisent des produits agroalimentaires de spécialité de la région : l'asperge blanche, le cassis, la carotte marron et la patate douce. L'activité s'est déroulée le mois dernier, dans l'aspergeraie de la **Ferme Ernest Fiset & Fils inc.** à Québec. Chacune des fiches-recettes invite le consommateur à découvrir le produit en vedette. Elle décrit les principales composantes de l'aliment et leurs bénéfices sur la santé, rend compte de sa valeur nutritive et propose une recette simple à réaliser ainsi que différentes façons de l'apprêter. Ces fiches sont distribuées dans les endroits où les produits sont à la portée des consommateurs. Elles sont également publiées à l'adresse suivante : **www.mapaq.gouv.qc.ca/capitalenationale**.

L'AUBERGE DES PEUPLIERS CÉLÈBRE 25 ANNÉES DE COLLABORATION AVEC SON CHEF EXÉCUTIF, DOMINIQUE TRUCHON

Pour marquer cet anniversaire bien spécial, la salle à manger de **l'Auberge des Peupliers** s'est refait une beauté. D'importantes rénovations ont eu lieu au cours du mois d'avril afin d'ajouter chaleur et confort à la salle à manger. Le chef **Dominique Truchon** utilise avec passion les produits du terroir québécois et plus particulièrement ceux de la région de Charlevoix dans la composition de ses plats. Dans un souci de qualité et de fraîcheur, il collabore étroitement et avec une belle complicité avec les producteurs de la région afin de se procurer des produits l'émeu, le veau et les fromages de la région pour ne nommer que ceux-là.
En 2000 et 2001, l'Auberge des Peupliers a reçu le prix Bronze dans la catégorie développement de la restauration lors des Grands Prix du Tourisme du Québec. De plus en 2003, le Chef s'est vu remettre le prix Renaud-Cyr à titre de Chef artisan. Ce prix reconnaît annuellement un chef pour son savoir-faire dans l'utilisation des produits régionaux.

ÉQUITERRE APPLAUDIT L'INVESTISSEMENT DE 10 M$ POUR LES JEUNES AGRICULTEURS QUÉBÉCOIS

Le ministre de l'Agriculture, M. Laurent Lessard, a annoncé que son ministère consacrerait 10 M$ sur cinq ans pour soutenir la relève agricole. « C'est une bonne nouvelle pour les agriculteurs et pour les Québécois. Cela démontre que nous choisissons collectivement de soutenir notre agriculture et d'investir dans notre relève », se réjouit **Isabelle Joncas**, responsable du réseau d'Agriculture soutenue par la communauté chez **Équiterre**.

Dans son mémoire déposé il y a un an à la **Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois** (CAAAQ), Équiterre recommandait notamment de soutenir la relève désirant démarrer une entreprise agricole et d'améliorer la formation et le soutien technique qui lui est offert.

Le *Programme d'achats Privilège Plu$* en pleine croissance-

ENTENTE DE PARTENARIAT ENTRE L'ASSOCIATION DES RESTAURATEURS DU QUÉBEC ET LA BOULANGERIE WESTON GADOUA

Début mai, l'**ARQ** et la **Boulangerie Weston Gadoua** ont annoncé la signature d'une importante entente de partenariat. Elle profitera aux membres du *Programme d'achats Privilège Plu$* de l'ARQ qui pourront recevoir des ristournes substantielles sur leurs achats de pains frais et surgelés.
La Boulangerie Weston Gadoua devient ainsi le deuxième partenaire accrédité du *Programme d'achats Privilège Plu$*. Ce regroupement d'achats, lancé par l'ARQ à l'automne 2006, réunit maintenant 230 membres qui ont reçu au cours de la dernière année près de 200 000 $ en ristournes sur des achats évalués à plus de 10 M$ réalisés chez Distal qui agit à titre de distributeur exclusif.
Pour plus de détails sur les nombreux avantages reliés au *Programme d'achats Privilège Plu$*, communiquez avec l'ARQ au **1 800 463-4237**

OUVERTURE DU PHILLIPS LOUNGE

Claude Foussard, président du groupe ELL et du restaurant **Julien**, a convié la rédaction de *Brigade* à un cocktail dînatoire, le 1er avril dernier, pour souligner l'ouverture du **Phillips Lounge**, bar et galerie d'art, au 1184, place Phillips, à Montréal. L'événement, sympathique, nous a permis de faire la rencontre de **Robert Poulin**, l'instigateur de la collection **La Peau de l'Ours**, qui s'est vu confier la mission de sélectionner les œuvres exposées.

IL FAUDRA DÉTENIR UNE ATTESTATION DE FORMATION POUR EXPLOITER UN RESTAURANT

L'ARQ a accueilli avec satisfaction l'adoption du règlement modifiant le *règlement sur les aliments*, visant à rendre obligatoire une attestation de formation de gestionnaire d'établissement alimentaire à toute personne désirant exploiter un restaurant au Québec. Ce règlement prévoit également obliger les exploitants à assurer une présence sur les lieux d'au moins un membre de leur personnel titulaire d'une attestation de formation de gestionnaire ou de manipulateur d'aliments.
Ces exigences seront obligatoires à compter du 21 novembre 2008 pour toute personne qui souhaite ouvrir un restaurant. Quant aux propriétaires de restaurants déjà en exploitation, ils auront jusqu'au 21 novembre 2009 pour s'y conformer.
On retrouve l'intégralité du règlement sur le site Internet de l'ARQ à **www.restaurateurs.ca**.

NOUVEAU CONVIVIUM SLOW FOOD SUR LA CÔTE-DE-BEAUPRÉ

La Côte-de-Beaupré aura désormais son propre **Convivium Slow Food**. Dès ce printemps, les membres de ce regroupement travaillaient à l'élaboration d'un calendrier d'événements qui visent à faire découvrir les artisans de la Côte-de-Beaupré qui prennent le temps de cultiver et de préparer les produits et les aliments avec un souci pour la protection de l'environnement.
« La mission de notre Convivium Slow Food est de rehausser la réputation et la visibilité de la gastronomie sur la Côte-de-Beaupré et la particularité des produits et de la cuisine locale » nous expliquait **Nadja Tanner**, directrice des projets spéciaux au **Château Mont-Sainte-Anne** et responsable du nouveau *Convivium Slow Food Côte-de-Beaupré*. Quatre autres membres fondateurs participent au développement de ce regroupement : **Simon Renaud**, chef exécutif au Château Mont-Sainte-Anne, **Yolande Klein** des **Canardises**, **Isabelle Martineau** de la **Ferme du Bon temps**, et **Gaston Cloutier** de **l'Auberge Baker**.

LA FÊTE DES VENDANGES FÊTE SES QUINZE ANS

Première grande festivité de l'automne dans la magnifique région des Cantons-de-l'Est, la **Fête des vendanges Magog-Orford** célèbre cette année son 15e anniversaire. Elle sera retour à la Pointe Merry du lac Memphrémagog durant le long week-end de la fête du Travail et suivant. Cette fête annonciatrice des couleurs de l'automne s'appuie sur la fidèle participation de la SAQ, partenaire en titre de l'événement.

DÉCOUVERTE ET DÉGUSTATION DE CRÉATIONS CULINAIRES

Le 28 avril, nous avons été invités à découvrir et à déguster des créations culinaires imaginées par des chefs et des étudiants en cuisine inspirés par la fraîcheur et la qualité des produits agricoles de la Montérégie Est, tels l'agneau, le bœuf, le porc, les légumes, les alcools artisanaux et divers autres produits dans le cadre du second « banc d'essai culinaire » régional.
Par cette activité, le **Conseil de développement de bioalimentaire de la Montérégie-Est** (CDBME) souhaitait encourager le réflexe d'achat régional en favorisant le développement de liens entre les producteurs, les chefs, les distributeurs et les étudiants et enseignants en cuisine. L'événement a eu lieu au restaurant **L'Ardoise** du **Centre de formation professionnelle Jacques-Rousseau**, à Longueuil.

DINER BÉNÉFICE OPÉRATION ENFANT SOLEIL

Le 15 avril dernier a eu lieu la cinquième édition du Dîner bénéfice au profit d'**Opération Enfant Soleil,** organisé par la Société des Chefs Chapitre de Laval et sa Couronne Nord.Le **Club de Golf de Rosemère**, dont **M Jean-Luc Dumouchel**, (directeur général), **M Martin Bolduc**, (Maître d'hôtel) et **M Martin Vallée**, (Chef Exécutif) nous ont chaleureusement accueillis. Un repas gastronomique sept services nous a été préparé par des chefs passionnés et dévoués. **Mme Johanne Aude**, des Uniformes Town & Country, marraine d'honneur pour cet événement ainsi que **M Ghislain Pelletier**, président de la SCCPQ, Chapitre de Laval et sa couronne nord, ont pu remettre un chèque au montant de 11 200 $ à Opération Enfant Soleil. Cela n'aurait pas pu être une réussite sans la participation de tous les chefs des clubs de golf impliqués et surtout sans la générosité de tous les distingués invités à qui nous disons un sincère MERCI.

Coordonnées des annonceurs

AGGA CAFÉ
450 687-5552
1 800 687-3427
www.cafeagga.com
(page 10)

LES ALIMENTS QUALIFIRST LTÉE.
514 828-1177
1 877 828-5578
www.qualifirst.com
(page 71)

ALTO SHAAM
514 825-6695
www.alto-shaam.ca
(Page 55)

ARNEG CANADA INC.
450 246-3837
1 800 363-3439
www.arnegusacanada.com
(Page 49)

ARQ (ASSOCIATION DES RESTAURATEURS DU QUÉBEC)
www.restaurateurs.ca
(Page 45)

BARRY CALLEBAUT CANADA INC.
450 774-9131
origines@barry-callebaut.com
(Page 19 et 25)

BIÈRES MEXICAINES DU QUÉBEC INC.
514 639-7686
1 888 978-7222
(Page 31)

BRAVO LOCATIONS
514 685-8000
information@bravoparty.com
(Page 43)

CONQUEST SERVICES FINANCIERS
1 877 505-9383
www.conquest-financial.com
(Page 73)

CONSEIL QUÉBÉCOIS DES RESSOURCES HUMAINES EN TOURISME (CQRHT)
1 800 486-9158
www.emerit.ca
(Page 63)

DANESCO
514 694-9111
www.danescoinc.com
(Page 65)

DISTEX
www.distex.ca
(PAGE 61)

DISTRIBUTIONS FÉLISOL INC.
450 462-5555
1 866 444-1110
www.felisol.com
(Page 47)

EAUX VIVES WATER INC./ESKA
www.pensezpluseau.com
www.eaueska.ca
(Page 2)

ÉDUC'ALCOOL
www.educalcool.qc.ca
(Page 13)

GILLES LAUZON PHOTOGRAPHE
514 995-3292
www.gilleslauzon.com
(Page 58)

JAPAN FOOD CANADA/KIKKOMAN
1 800 944-0600
www.kikkoman.com
(Page 14)

LASSONDE
1 888 200-7778
www.lassonde.com
(Page 6)

LOGICAISSE
450 688-1271
1 800 363-8288
www.logicaisse.com
(Page 67)

RESTAURANT EQUIPMENT DISTRIBUTORS OF CANADA/R.E.D.
905 678-1151
www.redcanada.com
(Page 63)

SAQ RESTAURATION
www.saq.com
(Page 84)

TERRA CAFÉ ET THÉ LTÉE
www.humaniterra.ca
(Page 17)

TRANSFAIR CANADA
www.transfair.ca
(Page 65)

UNIFORMES TOWN & COUNTRY
1 800 361-0388
www.tcuniforms.com
(Page 26 et 83)

DU NOUVEAU CHEZ
UNIFORMES TOWN & COUNTRY

MAINTENANT DEUX NOUVELLES BOUTIQUES
POUR MIEUX VOUS SERVIR

MONTRÉAL
5675, avenue Christophe-Colomb
Montréal (Québec) H2S 2E8
Tél. : 514 271-5107 • 1 800 361-0388
Fax : 514 271-4636

UNIFORMES TOWN&COUNTRY DEPUIS 1957

LAVAL
1405, Bergar (angle Michelin à l'ouest d'Industriel)
Laval (Québec) H7L 4Z7
Tél. : 450 669-6674 • 1 800 361-0388
Fax : 450 669-3744

www.tcuniforms.com

HÔTELS • RESTAURANTS • VÊTEMENTS CORPORATIFS ET DE TRAVAIL
GRANDE SÉLECTION EN BOUTIQUE • OUVERT AU PUBLIC • CATALOGUES GRATUITS

PLEINS FEUX SUR LES COCKTAILS

PROPOSEZ LA FRAÎCHEUR ! CONSULTEZ LE VINO RESTO DE L'ÉTÉ.

Stimulez vos ventes estivales de boissons alcoolisées : proposez d'irrésistibles apéritifs, d'éclatants cocktails et de séduisants rosés !

SAQ RESTAURATION

18+ La modération a bien meilleur goût. EducAlcool